

encore!

LE STYLE EN PLUS | OCTOBRE 2023

INTERVIEW
Jake Dyson
dévoile ses
beaux robots

REPORTAGE
La Colombie,
eldorado des
fous d'arabica

JOAILLERIE
L'ère des
diamants de
laboratoire

TECHNO

Le vélo électrique bouscule
les codes du style urbain

OCTOBRE 2023

 Le Matin
Dimanche



Seamaster

PRECISION AT EVERY LEVEL

AQUA TERRA
Co-Axial Master Chronometer

La Seamaster a conquis toutes sortes de passionnés des océans, des plongeurs solitaires aux équipages de voiliers de course. La montre Aqua Terra Co-Axial Master Chronometer 38mm en acier s'inscrit dans cette belle tradition. Dotée d'une gravure hippocampe inédite à l'arrière du boîtier, elle arbore un nouveau cadran Summer Blue soleillé et verni, avec un dégradé qui reflète son niveau d'étanchéité certifié à 150m. Nous célébrons cette légende des mers, avec la promesse de continuer à défier les profondeurs et à offrir de nouveaux niveaux de précision toujours plus pointus.


OMEGA



“I’M THINKING BEYOND MY TIME TO THE LEGACY I LEAVE BEHIND.”

GISELE BÜNDCHEN, SUPERMODEL, ENVIRONMENTAL ACTIVIST, MOTHER

IW3716

THE REFERENCE.



IWC PORTUGIESE CHRONOGRAPH

Cette Portugieser Chronographe s'appuie sur l'héritage des montres instruments de navigation d'IWC. La montre est animée par le calibre de manufacture IWC 69355, conçu pour la performance, la robustesse et la durabilité. La disposition verticale des compteurs facilite la lisibilité et a donné naissance à un chronographe célébré pour son design iconique.

IWC
SCHAFFHAUSEN

IWC BOUTIQUE · RUE DU RHÔNE 48 · 1204 GENÈVE

**Explorer
d'autres
horizons.**

**Un voyage
est ce que
vous en faites.**



Elegance is an attitude

JENNIFER LAWRENCE

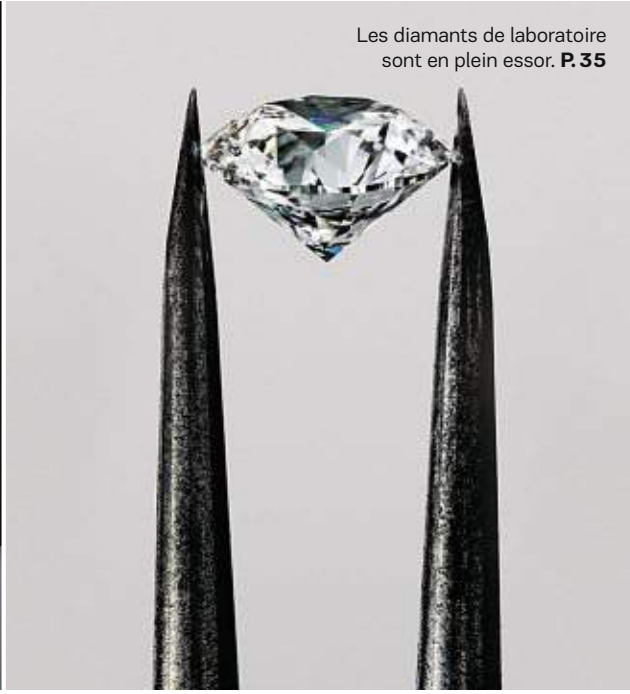


MINI
DOLCEVITA

LONGINES




Pour l'inventeur Jake Dyson, l'avenir sera beau et robotique. P.22



Les diamants de laboratoire sont en plein essor. P.35



Dix lieux où naissent des gourmandises mythiques. P.40

Techno | Octobre 2023

SUJETS

16 Trend

Des canapés et sofas tout en rondeurs enveloppantes

18 Swiss Made

Sans plastique ni électronique, les beaux jouets en bois de Cuboro

34 Montres

Ultraléger, le carbone se plaît sur les poignets

36 Reportage

La Colombie, nouvelle destination des passionnés de café

45 Beauté

Dans les laboratoires suisses, les cosmétiques de demain

RUBRIQUES

10 Merveilles: le retour du gamay, l'amour de l'architecture, des animaux très stylés... 20 Design: vive les meubles intelligents 44 Beauté: les incroyables bénéfices du froid 46 Allure: vague grise 47 Ses goûts: Zoë Kravitz



Manteau à boutonnage croisé en poil de chameau, hoodie zippé en coton, col roulé en cachemire et leggings en jersey de soie, Miu Miu. Richelieu à boucles en cuir de veau poli, Church's x Miu Miu. Vélo pliant Electric C Line Explore, Brompton. P.26



COVER

Veste ajustée à boutonnage croisé en laine et chemise en coton, Louis Vuitton. Montre Code 11.59 par Audemars Piguet, automatique, boîte en or rose, 38 mm, Audemars Piguet. Casque intelligent avec éclairage et alarme, Ultra E-BIKE, Lumos. Lunettes traileye ng pro, black matt, Evil Eye.

PHOTOS
Benoît Peverelli
STYLISME
Simon Pyllyser

Ciel, il y a foule dans mes placards!

ACCROCHEZ-VOUS À VOS PORTE-MONNAIE, j'ai une mauvaise nouvelle. Enfin: ou peut-être une bonne, c'est selon... Toujours est-il que le moment semble venu de tout changer chez soi. Le lit, par exemple: un sommier avec bon matelas? Allons! Il faut aujourd'hui que la tête de lit intègre des panneaux insonorisants à même de veiller sur la douceur des songes (lire p.20). Le système intégré de recharge d'appareils électroniques est, lui, presque une évidence. L'aspirateur? Il analyse la qualité de la poussière récoltée et se transforme en serpillière au besoin. La lampe? Elle reproduit la lumière du jour à la nuance près et se règle sur «aurore artificielle» pour ménager un réveil au naturel. Inutile de



Renata Libal, rédactrice en chef

préciser que tout ce monde se pilote avec le smartphone au fond de la poche (lire l'avis de Jake Dyson, p.22)... A ce stade, on ne sait plus si c'est son amoureux ou son réfrigérateur qui envoie les messages les plus suaves. Clairement, une nouvelle révolution ménagère est à nos portes. Les années d'après-guerre ont offert une palette d'appareils simplifiant le quotidien (merci les fouets plongeurs et les machines à laver!), nos années 2020 entreront sans doute dans l'histoire comme celles de la cohabitation amicale et détendue entre l'humain et robot. Les voilà en boutique, ces utopies que la science-fiction nous décrit depuis si longtemps. C'est à la fois affolant et très tentant... Je dois avouer un faible personnel pour l'armoire qui défroisse les vêtements. Chemise blanche à l'amidon parfait: une certaine idée du bonheur...



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**: Julien Pidoux **Mise en pages**: Géraldine Dura (directrice artistique) **Image**: Endrit Nurcaj **Ont participé à ce numéro**: Textes: Sara Allerstorfer, Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Estelle Lucien, Patricia Lunghi, Katrin Montiegel, Julie Queloz, Katrin Roth, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Photos**: Benoît Peverelli, Ulrike Meutzner **Stylisme**: Simon Pyllyser **Illustrations**: André Gottschalk **Production alémanique**: Tina Bremer **Site internet**: Julie Queloz **Secrétariat**: Isabelle Heinrich **Photolithographie**: Photomedia **Impression**: Swissprinters AG, Zofingue **Marketing**: Nunzia Barrai **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, AdUnit AG, 20 minuti Ticino SA, Berner Oberland Medien AG BOM, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, Clear Channel Holding AG, Clear Channel Schweiz AG, Clear Channel AWI AG, Clear Channel CAC AG, Clear Channel GmbH, Clear Channel Infotrak AG, Clear Channel Interpubl AG, Clear Channel OFEX AG, Clear Channel Plakatron AG, 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, 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, TX Services, Unipessoal Lda, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Inc., 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.



Le nichoir Poltrona Frau et son cuir finement travaillé.

ARTISANAT

Chic, la bête

Vite, un teckel. Quand la maison italienne de design Poltrona Frau propose une collection capsule entièrement dédiée à nos amies les bêtes, autant dire qu'il y a là de quoi tenter tout un chacun à faire l'acquisition d'un chien sans trop tarder. Basée à Tolentino, dans les Marches (Italie), l'entreprise connue pour avoir conçu certaines des pièces de mobilier les plus emblématiques (comme le fauteuil Vanity Fair ou le canapé Ouverture) a développé neuf objets aux finitions exquises et aux matériaux d'exception. Nichoir en cuir aux plis savamment orchestrés, sacs de transports, laisses et colliers, plaid et tapis nomade, foulards et porte-clés assortis... Tout est source d'envies, mais jamais autant que les petites poches à biscuits (disponibles en trois couleurs), d'un raffinement sans pareil. C'est à l'occasion de l'édition 2023 du salon

Maison&Objet, à Paris, que la marque, née en 1912 et qui a en son temps été fournisseur officiel de la famille royale italienne, a lancé cette nouvelle gamme, annoncée au moyen d'une campagne fraîche et qui manie avec subtilité la carte de l'humour (hommage tout particulier au vent qui agite les «cheveux» du lévrier afghan dans la petite vidéo promotionnelle). Une manière de s'adresser à un public plus jeune, qui ne connaît pas forcément la maison plus que centenaire, et à des propriétaires d'animaux de compagnie – il y a en Suisse plus d'un demi-million de chiens! – prêts à se plier en quatre pour faire le bonheur de leur corgi, de leur braque de Weimar ou de leur bulldog anglais. Chic, c'est bientôt l'heure de la promenade.

Julien Pidoux

Poltrona Frau Pet collection, poltronafrau.com

BONNE BOUCHE

Confidences assumées



PAR PIERRE THOMAS

Pour une master class que j'animerai le vendredi 10 novembre à Daillens (lesalondescotes-delorbe.ch), j'ai dégusté plus d'une vingtaine de gamays de cette petite appellation d'origine contrôlée des Côtes-de-l'Orbe, qui fait moins de 200 hectares.

Après un creux de la vague dans les années 1970, elle se taille désormais une jolie réputation pour ses vins rouges. Le gamay suit cette réhabilitation. «Le consommateur n'en voulait plus, puis il s'est intéressé au haut de gamme, et il revient aussi au gamay classique», constate Benjamin Morel, président sortant de l'AOC. Au Château de Valeyres, une résidence de bailli bernois qui est dans la famille Morel depuis trois générations, il est en cave et au bureau, tandis que la moitié de la quinzaine d'hectares de vignes mises en valeur est cultivée par son ami d'enfance Benjamin Hostettler (et le reste par des collègues viticulteurs). Les deux ont lancé la gamme Confidentiel il y a vingt ans, qui, outre un chardonnay, un merlot et un pinot noir, comprend un gamay. Au moment d'écrire ces lignes, le millésime 2022 n'était pas encore en bouteille. On a donc dégusté le 2021 qui, entretemps, a été sélectionné parmi les six meilleurs gamays du pays par le jury du Grand Prix du Vin Suisse, avec deux autres vaudois. Pourtant, dans le deuxième plus grand canton viticole, le gamay a reculé de 24%: il est passé de 428 à 324 hectares entre 2010 et 2021.

Tiré année après année de deux mêmes parcelles, mais de terroir, d'exposition et d'âge des vignes différents, ce raisin rouge est récolté à bonne maturité – le réchauffement

climatique est une clé de la renaissance des Côtes-de-l'Orbe. Ce vin assume son élevage d'un an en barriques. Le 2021 ne cache rien de ses arômes de vanille et de noix de coco, avec une attaque flatteuse, un milieu de bouche consistant et une belle persistance sur des notes balsamiques, sans sécheresse. En vingt ans, le duo a appris à dompter ses barriques, choisies chez trois tonneliers.



L'étiquette: Gamay Confidentiel 2022
Le prix: 23 fr. 30
L'adresse: chateauvaleyres.ch



PATRIMOINE

Un bijou vénitien

La prestigieuse maison de joaillerie Pomellato, née à Milan, s'associe pour la troisième fois à la Fondation Venetian Heritage afin d'offrir au Ca'd'Oro, l'un des palais surplombant le Grand Canal de Venise, une illumination mettant en valeur le marbre polychrome de sa façade gothique. Surnommé le palais d'or, l'édifice abrite aujourd'hui le musée Galleria Giorgio Franchetti alla Ca'd'Oro. Pour célébrer ce projet intitulé *Light and Reflections*, Pomellato a imaginé le collier *Venetian Dream*: trois formes qui évoquent les décorations de la façade, et sept diamants pour rappeler l'eau qui arrive à ses pieds. Sans oublier une chaîne sertie de 4000 diamants. J.P. Collier Venetian Dream, or rose et diamants, pomellato.com



Semainier masculin de chemises blanches.

MODE

Chaque jour sa chemise

Les anciennes petites filles se souviennent de ces culottes en semainier, souvent reçues en lot pour un anniversaire: chaque paire affichait le jour de la semaine en lettres cursives... Voilà le concept que réveille aujourd'hui la si élégamment dépouillée marque Jil Sander. Postulat: la chemise en popeline représente la base parfaite d'une garde-robe. Mais il n'est pas question de s'ennuyer pour autant. Pour faire évoluer la chemise d'une circonstance à l'autre, d'une humeur à une autre, cette collection de multiples de 7 (le jour est discrètement inscrit à l'intérieur, sous le col) joue les variations. Manches longues ou courtes, coupe cintrée ou large, col à pointes ou col Mao, plastron,



Quelle chemise noire pour ce soir?

poche ou rien... Pourquoi choisir? La gamme existe pour les fillettes devenues grandes comme pour les garçons adultes. Elle se décline en blanc pur ou fines rayures bleues, ainsi qu'en noir, si soir. Les matières? Le jour ne jure que par la popeline de coton, parfois bio. Le soir la joue soie, éventuellement raffermie de viscose. Ou alors viscose et lin, pour les nuits plus détendues que tenues. Petits secrets: certains cols-foulards se détachent, des plis s'envolent dans le dos. La chemise: tout un art...

Renata Libal

Collection 7 Days Shirts, Jil Sander, boutons de nacre et monogramme, dès 690 fr. la chemise. A commander sur jilsander.com

HORLOGERIE

Haute en couleur!



Le nom exact de sa teinte est vert anglais. Pourtant, selon la lumière du jour, on dirait tantôt un turquoise, un lime ou un bleu lagon. Si la couleur de la nouvelle Rado True Square Thinline x Les Couleurs™ Le Corbusier donne matière à interprétation, son succès fait l'unanimité au poignet. La montre rend hommage aux couleurs architecturales du Corbusier. Ce génie de l'architecture et du design modernes a également été un coloriste de talent, auteur de la polychromie architecturale. Quésaco? Il s'agit d'une palette de 63 couleurs harmonieuses, subtiles et combinables à loisir sur les murs et le mobilier. Rado s'en est inspiré en 2019 pour créer neuf montres True Thinline au boîtier en céramique de couleur. En 2023, c'est dans une forme carrée de 37 x 43,3 mm que la marque propose trois séries limitées de 999 exemplaires, dont la version en gris-vert ci-contre – évidemment réalisée en céramique haute technologie, du boîtier au bracelet. Il y a un confort et une légèreté à porter une telle pièce. On oserait même dire une certaine sensualité.

Mathilde Binetruy

Rado True Square Thinline Les Couleurs™ Le Corbusier, mouvement quartz, boîtier et couronne en céramique haute technologie, étanche à 30 m. Série limitée à 999 exemplaires. 2 300 fr., rado.com



LUXE

Arty Capucines

Attention, chefs-d'œuvre. Pour l'édition 2023 de la collection Artycapucines, cinq artistes contemporains – Ewa Juskiewicz, Billie Zangewa, Liza Lou, Tursic & Mille et Ziping Wang – ont imaginé leur version du sac Louis Vuitton. J.P.

Le sac Capucines imaginé par Billie Zangewa. Artycapucines, cinquième édition, éd. limitée, fr.louisvuitton.com



La table Flex 2.0, une ode au minimalisme.

MOBILIER

Belle simplicité

Qui pourrait imaginer – a priori – tomber amoureux d’une table? Les amateurs de belles pièces de mobilier savent pourtant que le coup de foudre, dans le domaine, existe. Et la maison suisse Lehni, basée à Dübendorf, dans le canton de Zurich, le prouve encore une fois.

Comme à son habitude, l’entreprise joue la carte du minimalisme chic pour cette table, basée sur un design qu’Hanspeter Weidmann avait imaginé en 2011 déjà. De la simplicité et une attention – comme toujours pour la maison helvétique – envers l’impact environnemental de sa production. Ce nouvel objet du désir est ainsi fabriqué à 40% à partir d’aluminium recyclé. Et ce n’est pas tout. Là encore comme le veut la tradition de la maison, aucune pièce n’est soudée, les pieds se vissant sans efforts au plateau. Élégante et fonctionnelle, durable et produite de

manière locale, qui dit mieux? Depuis ses débuts (il y a à tout juste plus d’un siècle, la société est née en 1922), Lehni a toujours été à l’avant-garde. Son fondateur, Rudolf Lehni Senior, était déjà proche de la scène artistique berlinoise dans les années 1920 avant d’installer sa petite entreprise à Zurich. Logiquement, le Schauspielhaus de la ville fera plusieurs fois appel à son expertise, et le designer et architecte Max Bill demandera à Lehni de produire son Well-relief, l’une de ses sculptures emblématiques. De manière plus contemporaine, c’est aussi pour ses cuisines en aluminium sur-mesure – des autels à la beauté radicale du *Swiss made* – que la marque est associée. J.P.

Table Flex 2.0, design Hanspeter Weidmann, disponible en deux tailles (90x200 et 90x240 cm) Lehni, lehni.ch



VOYAGE

Faites vos bagages

Un design reconnaissable au premier coup d’œil. Une couleur que l’on identifie immédiatement. Autant dire que la collaboration entre l’expert des beaux accessoires de voyage haut de gamme Rimowa et l’enseigne de joaillerie Tiffany & Co. ne pouvait que faire des étincelles. Trois pièces – un petit étui à bijoux (*photo*), un coffre à bijoux et une valise – qui donnent terriblement envie de prendre la route.

J.P.

Rimowa x Tiffany & Co., dès 1910 fr., rimowa.com



ANNIVERSAIRE

Ikea en couleurs

Le magasin de meubles le plus célèbre de Suède fête un double anniversaire: Ikea a été fondé il y a 80 ans et le premier magasin suisse a ouvert ses portes il y a un demi-siècle. Pour l’occasion, d’anciens classiques du design ont été réinterprétés. Joyeusement colorés, comme il se doit pour une fête d’anniversaire. *Tina Bremer collection Nyttillverkad, ikea.ch*

Retour vers le futur

TOY TOY TOY



PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

Lorsqu’on vous dit tourne-disque, vous pensez dinosaure et vous n’aurez pas tort. Le Japonais Denon,

constructeur (pré)historique de platines vinyles, a lui-même mis treize ans pour proposer un nouveau modèle haut de gamme. Et ce DP-3000NE est à bien des égards digne de *Jurassic Park*, pêchant l’ADN de la marque jusque dans les seventies et son mythique modèle DP-3000. C’est que le monde des galettes analogiques est semblable à l’écriture inclusive: de loin, une séduction simple; à l’usage, des trésors inattendus de complexité. Prenez la courroie



Un design délicieusement seventies pour ce tourne-disque signé Denon.

d’entraînement, à l’origine de ce son qui pleuroie, typique du vinyle. Le 3000NE s’en affranchit au bénéfice d’un moteur à entraînement direct, secondé par un algorithme qui assure une vitesse constante. Autre défi technique, la tête de lecture. Trop lourde, elle creuse le sillon; trop légère, elle tressaute. Ici, le bras de lecture, réglable en hauteur, permet d’optimiser l’angle de suivi du diamant de votre cellule. Et puis, il y a l’ennemi vibration. Celles du moteur, tout comme les trépidations extérieures. Le bras en forme de S en protège, tout comme les pieds isolants, réglables eux aussi. Le tout est serti dans un design dont les arrondis délicieusement années 1970 sont soulignés d’ébène foncé et coulés dans l’aluminium. L’addition pourra paraître salée aux amateurs de musique dématérialisée, mais le vaisseau amiral de Denon est parti pour durer vingt-cinq ans au moins. Spotify ne peut en dire autant.

Platine haute-fidélité à entraînement direct Denon DP-3000NE, env. 2500 fr., denon.com



FLEXFORM

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

FLEXFORM GENEVE
1, Avenue Krieg, Geneve
T +41 22 328 02 40
info@lacourdumail.ch

FLEXFORM LUZERN
4, Meiliplatz, Lucerne
T +41 41 260 51 53
flexform@davinci-schweiz.ch



La Fifty Fathoms 70th Anniversary, Act 3.

MONTRE

70 ans sous les mers

Sur la Croisette, on ne voyait qu'elle. A sec, pour une fois, en une exposition en photos géantes, sur ce fameux quai cannois conçu pour faire briller les stars. La vedette, en cette fin septembre 2023, est donc une montre, qui porte beau ses 70 ans. Si la Fifty Fathoms est reconnue comme un jalon majeur dans l'histoire horlogère, c'est qu'il s'agit là de l'archétype de la montre de plongée. Et c'est dans les eaux au large de Cannes - retour aux origines! - que Jean-Jacques Fiechter, co-CEO de Blancpain à l'époque, l'a échappé belle, manquant soudain d'air dans les profondeurs bleues. L'incident lui a donné l'inspiration d'une montre de haute sécurité, permettant de mesurer avec précision le temps passé sous l'eau. Remontage automatique, résistance au magnétisme, étanchéité, marqueurs luminescents, lunette tournante blocable, couronne à double joint... La Fifty Fathoms

(comme cinquante brasses - la profondeur de rêve pour les plongeurs sportifs de l'époque) a multiplié les brevets et s'est vue plébiscitée par maints corps de nageurs de combat. Pour rendre hommage à sa pionnière, la marque Blancpain fête l'anniversaire en trois actes: le premier a lancé un modèle hommage, le deuxième a signé une nouvelle technologie pour eaux profondes (la Tech Gombessa) et voilà le numéro trois: une pièce en édition limitée à 555 exemplaires, inspirée de celle qu'a choisie, à l'époque, la US Navy. Mais l'optique est aujourd'hui (beaucoup) plus élégante que militaire, avec un boîtier en Bronze Gold 9K, un alliage aux reflets cuivrés qui ne s'oxyde pas. Le bracelet en NATO provient de filets de pêche récupérés, emblème de la guerre que mène actuellement Blancpain pour la santé des océans, en soutien à de nombreuses missions d'exploration. R.L.

TOP 5

Cinq beaux lieux où l'architecture s'expose avec panache.



1 Découvrir le tout nouveau Musée du ski (1), imaginé par l'équipe de l'Atelier Oi et niché dans un écrin moderniste à Le Boéchet (JU).

2 Se dépêcher d'aller à Venise profiter des derniers jours de la Biennale d'architecture, qui s'arrête notamment sur le continent africain.

3 Un petit tour au bord du lac à Vevey, afin de célébrer le centenaire de la Villa le Lac, imaginée par Le Corbusier pour y héberger ses parents.

4 Passer par le Vitra Design Museum, à Weil am Rhein, qui expose l'Hollandais Iwan Baan, grand photographe du design urbain.

5 Parcourir le premier Annuaire de l'architecture suisse (aux éditions Park Books) pour réaliser la richesse du patrimoine bâti du pays. J.P.



MODE

Bijoux de cheveux

La créatrice de mode néerlandaise Iris van Herpen est célébrée pour ses pièces sculpturales. Pour sa première collaboration dans le domaine de la beauté, elle lance une collection capsule avec Aveda: des accessoires pour cheveux et des coffrets au design caractéristique de cette reine de l'avant-garde. T.B.

Iris van Herpen x Aveda Holiday Sets, [aveda.eu](https://www.aveda.eu)

BEAUTÉ

L'éclat décrypté



Le design japonais est gage de beauté et de d'efficacité. Des valeurs qui sont naturellement aussi celles de la marque de luxe Clé de Peau Beauté, née dans l'Empire du soleil levant. Une gamme de produits de pointe qui est désormais disponible en Suisse - et promet de faire rayonner notre peau. Le point fort est sans conteste le soin de nuit La Crème (photo), contenant le fameux Skin-Empowering Illuminator de la marque et quelque 60 ingrédients qui stimulent la microcirculation. Qu'importe le flacon? Pas vraiment, dans le cas d'espèce: tel un diamant étincelant, le petit pot transforme chaque salle de bains en boîte à bijoux. Forcément, la marque est connue pour l'éclat de ses produits, derrière lequel se cache la recherche la plus récente sur l'épiderme. Bonus, elle propose aussi des produits de maquillage. T.B.

La Crème, 665 fr./30 ml, disponible chez Globus et chez Marionnaud à Zoug, Zurich et Berne



SYSTÈME D'ASSISES DYLAN | DESIGN RODOLFO DORDONI
CANAPÉ RAPHAEL | DESIGN GAMFRATESI

DÉCOUVREZ-EN PLUS SUR [MINOTTI.COM/DYLAN](https://www.minotti.com/dylan)

Minotti



Un sofa circulaire (ici celui de la maison Maxalto) comme une sculpture pour son salon.

Tourner en rond

COMME UN NUAGE. Ou un énorme bonbon. D'ailleurs, la collection imaginée par l'artiste Joana Vasconcelos pour la maison Roche Bobois, toute en rondeurs et teintes acidulées, se nomme très à-propos Bombom, pied de nez psychédélique au climat maussade ambiant. Des tapis, des tables de salon mais surtout des canapés organiques, véritables ovnis ovoïdes de salon. De nombreuses maisons ont ainsi délaissé les lignes droites et les angles nets pour imaginer divans et fauteuils pleins de douceur, mettant la forme sphérique à l'honneur. Chez l'Italien Max Alto (photo), le sofa circulaire Amoenus invite à l'oisiveté, tel un noble cocon. Autre maison, autres rondeurs: après avoir révolutionné la modularité en 1972 avec son DS-600 – un canapé qui, déjà, serpente librement et auquel on ajoute des blocs à volonté pour l'agrandir –

l'entreprise suisse De Sede propose sa gamme Onda. Tout est dans le nom. Imaginées par l'Atelier Oi, basé à La Neuveville, ces pièces sont un hommage au rebondi, au moelleux, peut-être même une ode au feng shui. Non, ceci n'est pas un pouf, c'est une sculpture circulaire sur laquelle on peut accessoirement s'asseoir. Un aveu de prestige même: oui, j'ai suffisamment de place dans mon intérieur pour ne pas avoir à coller mon canapé à un mur.

Et si le Pumpkin de Ligne Roset ne date pas d'hier – il avait été dessiné par Pierre Paulin pour les appartements privés de Claude et Georges Pompidou en 1971! – ses déclinaisons contemporaines offrent plus que jamais une expérience voluptueuse voire protectrice. Comme si l'une des femmes truculentes de Botero avait choisi de se mettre en boule pour mieux accueillir nos séants fatigués. ☺



Plus de mobilier sur notre galerie



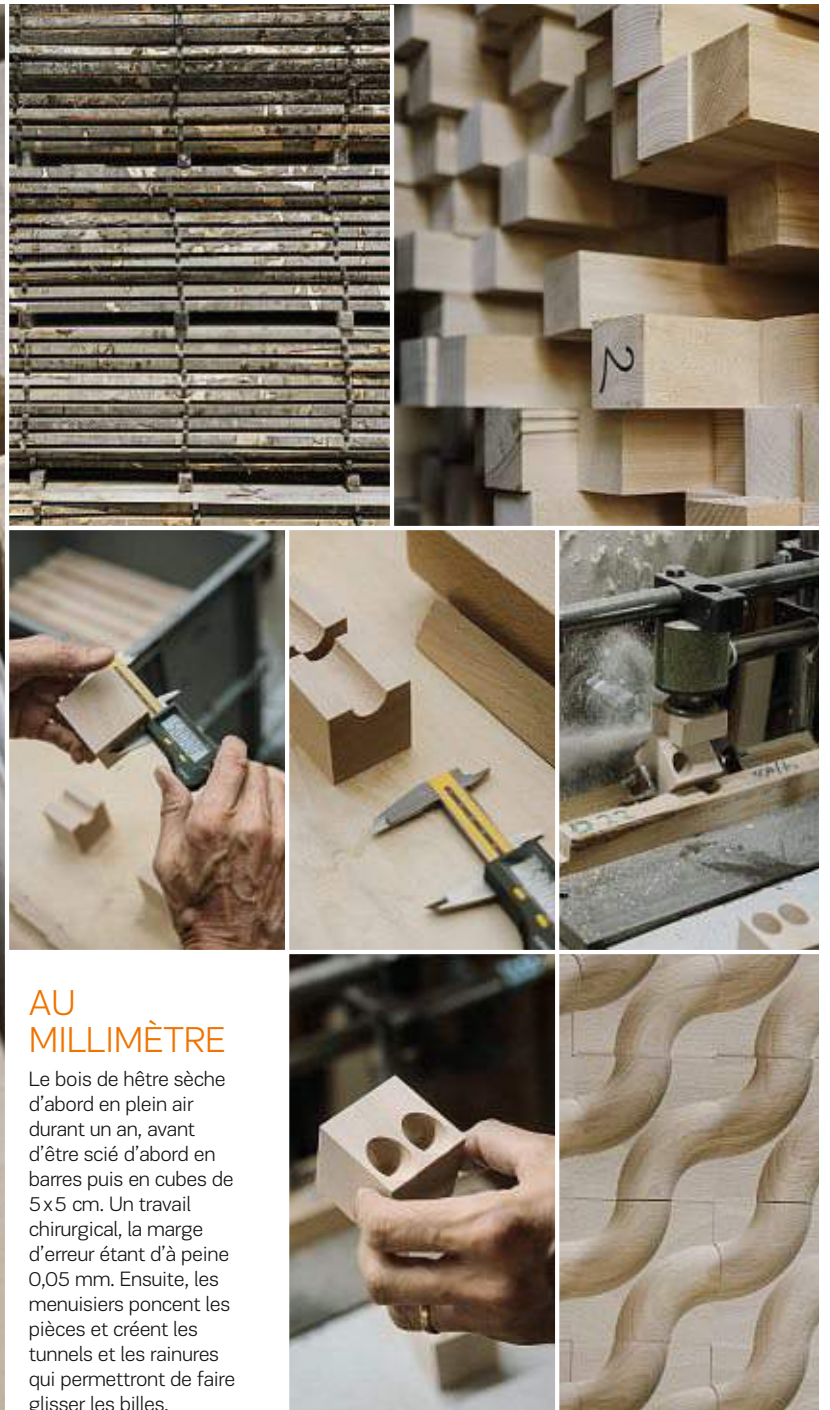
Rado True Thinline x Great Gardens of the World, 3 références + 1 coffret collector limité à 99 exemplaires. Mouvement automatique, 40 mm, étanche à 30 m, 2 600 fr. (ou 7 800 fr. le coffret collector).

GRANDEUR NATURE

EN SUISSE, LA NATURE EST OMNIPRÉSENTE JUSQUE SUR LE CADRAN DES MONTRES. RADO A AINSI SEMÉ TROIS PLANTES SUR LE CADRAN DE SES DERNIÈRES TRUE THINLINE. UN TEMPO FLORISSANT.

PHOTO CALYPSO MAHIEU

DIX MINUTES. C'est le temps que, de son propre aveu, cet amateur de montres rencontré à Lucerne a passé à admirer les cadrans des nouveautés Rado True Thinline. Sur l'une, il guettait derrière la structure noire estampée les contours d'un palmier de Hawaï. Sur l'autre, il admirait la nacre blanche gravée rappelant les feuilles de l'Araucaria du Chili. Sur la dernière, il devinait l'enchevêtrement des branches du Dragonnier de Socotra. Autant de petites fenêtres ouvertes sur des panoramas enchanteurs à la flore sidérante. Durant ces dix minutes, l'homme a oublié que ces boîtiers avaient aussi une autre vocation: donner l'heure. Tendre un miroir à la nature pour créer un cadran de montre, c'est l'idée qu'a eue Rado dès 2017. La marque a d'abord noué un partenariat avec Grandi Giardini Italiani, une organisation mettant en lumière le riche patrimoine des grands jardins italiens. Les forêts qui sentent bon le sapin et l'épicéa, Rado les connaît bien. Idem pour les lacs aux eaux cristallines. La marque basée à Lengnau, au cœur du verdoyant canton de Berne et à deux pas de l'Aar, était donc bien placée pour imaginer les trois chapitres de cet accord aux couleurs inspirées de la terre, de l'eau et des feuilles. Dès 2020, Rado élargit son association à une plus large échelle via le lancement de Great Gardens of the World. Ce réseau comprend des jardins contemporains extraordinaires ainsi que des jardins historiques commandités par des monarques, des papes, des sultans et des magnats, le tout fondé sur un équilibre entre harmonie, symétrie et sérénité. Une deuxième collection voit alors le jour: Rado True Thinline x Great Gardens of the World, chapitres 4, 5, 6 et 7. Pour ce troisième opus – les chapitres 8, 9 et 10 donc – une nouvelle gamme de textures et de formes s'exprime. Lire l'heure sur ces cadrans, c'est faire le pari d'une expérience esthétique mais aussi technique. D'abord, il y a ces espèces de plantes en voie de disparition qui apportent de l'exotisme. Puis vient ce boîtier de 40 mm dont les maîtres-mots sont légèreté, confort et résistance, réalisé en céramique blanche, noire et plasma haute technologie, marque de fabrique de Rado. Une maîtrise comme celle-ci est unique. D'autant plus quand elle abrite un mouvement automatique d'une grande fiabilité dissimulant un spiral en Nivachron™ antimagnétique et qu'elle possède une réserve de marche de 64 heures. Ⓣ



AU MILLIMÈTRE

Le bois de hêtre sèche d'abord en plein air durant un an, avant d'être scié d'abord en barres puis en cubes de 5x5 cm. Un travail chirurgical, la marge d'erreur étant d'à peine 0,05 mm. Ensuite, les menuisiers poncent les pièces et créent les tunnels et les rainures qui permettront de faire glisser les billes.

Bille en tête

PRÉSENT DANS LES CHAMBRES DES ENFANTS DU MONDE ENTIER, LE CIRCUIT À BILLES DE CUBORO EST FABRIQUÉ À GONDISWIL, DANS LE CANTON DE BERNE. UN BEL OBJET, LUDIQUÉ ET DURABLE.

TEXTE KATRIN MONTIEGEL PHOTOS ULRIKE MEUTZNER

LES PLANCHES de hêtre sciées sont empilées avec précision dans une clairière ensoleillée de Gondiswil (BE). Un léger vent souffle à travers les fentes et les interstices des piles de bois, enrichi par le parfum épicé des arbres à peine abattus. C'est précisément ici, dans cette Suisse de carte postale, que naissent les circuits à billes de l'entreprise Cuboro. Le principe de ce système ultra ludique? Plus de 100 cubes en bois, différents et compatibles entre eux, s'assemblent pour former des parcours simples ou des systèmes de tunnels complexes. «L'idée fait un tabac jusqu'au Japon et aux États-Unis, et a conquis le cœur des petits et des grands constructeurs dans plus de 30 pays du monde entier», se réjouit Sebastian Etter. Son père, Matthias, à l'origine du célèbre système, a fondé l'entreprise en 1986. Sebastian en a repris la direction en 2020.

Mais commençons par le début. Sur la pelouse à l'arrière de la menuiserie Nyfeler Holzwaren, le bois de hêtre attend patiemment sa transformation. C'est ici que Cuboro fait fabriquer son circuit depuis plus de trente ans. D'abord chez Hans Nyfeler, puis chez son fils Remo et sa femme, Margret. «Bien sûr, ce sont d'abord les enfants qui jouent avec les circuits à billes, jusqu'à ce que les parents, voire les grands-parents découvrent que c'est amusant et que Cuboro devienne un défi passionnant pour toute la famille. Une raison de plus

pour ne pas faire de compromis lors de la fabrication», explique Sebastian Etter.

Le bois est vivant

Le hêtre est un bois dur et il est disponible en abondance en Suisse, il n'y a donc aucune raison de l'acheter à l'étranger. «Nous l'achetons directement ici, dans les environs immédiats», raconte Remo Nyfeler. Les troncs sont sciés entre novembre et avril, puis séchés pendant un an. «Tout se fait naturellement dans un endroit aéré et ensoleillé comme celui-ci, juste devant notre porte.» Le tronc entier est transformé, mais après de nombreuses étapes de travail et contrôles de qualité intensifs, il ne reste à la fin qu'environ 40% du bois initial. Remo Nyfeler utilise ces «chutes» pour de petites commandes, pour chauffer la maison d'habitation et la menuiserie, ou il les revend comme bois de chauffage. Le meilleur de l'économie circulaire.

Lors de la première étape de production, deux collaborateurs découpent les planches pour obtenir des barres d'environ 6 centimètres d'épaisseur. «Pour la dimension finale de 5x5 centimètres, nous n'autorisons aucune marge de manœuvre. C'est la particularité de notre entreprise, notre tolérance est de 0,05 millimètre maximum! Cela correspond à peu près à l'épaisseur d'un cheveu, explique Remo Nyfeler. Travailler le bois avec autant de précision est un défi, car ses dimensions changent sans cesse en fonction de l'humidité de l'air.» Après la découpe, les

baguettes sont placées dans une chambre de séchage. Là encore, il n'y a pas d'additifs, mais juste une «transpiration» à plus de 50 degrés pendant environ trois semaines, jusqu'à ce que le taux d'humidité du bois ne soit plus que de 7 à 8%. Ensuite, on passe au travail de précision.

Jusqu'à 30 étapes de travail sont nécessaires pour transformer les barres en petits cubes équipés de gouttières et de tunnels pour faire passer les billes. La fabrication nécessite autant de travail manuel que mécanique, des fraiseuses ultramodernes comme des vieilles ponceuses à l'âge honorable. Les cubes sont poncés à l'aide d'une machine que Remo Nyfeler a développée lui-même avec son père. «Rien n'est peint ou huilé, précise Sebastian Etter. Le naturel est ce qu'il y a de mieux, et pas seulement pour les enfants.»

Mais il y a encore une dernière chose qui rend les circuits à billes de Cuboro si particuliers. Pour l'entreprise, le label Swiss Made ne signifie pas seulement utiliser des matériaux suisses et tout produire sur place. Cela signifie aussi connaître les personnes impliquées dans tout le processus, leur faire confiance et viser avec elles le meilleur résultat possible. Matthias Etter a travaillé dès le début avec le père de Remo Nyfeler, Hans. Ils bricolaient ensemble, expérimentaient et faisaient confiance à leur savoir-faire respectif. Remo et Sebastian, leurs fils, poursuivent cette précieuse collaboration et montrent une fois de plus que c'est l'union qui fait la force du Swiss Made. ☉



Sebastian Etter

«Bien sûr que j'ai toujours joué avec Cuboro quand j'étais enfant, dit Sebastian Etter en riant. J'étais un vrai pro! Et j'ai aussi donné un coup de main très tôt dans l'atelier.» A 35 ans, il opte toutefois pour un apprentissage de cuisinier, suivi d'une école hôtelière. «J'ai l'amour de l'entrepreneuriat dans le sang.» Il crée donc sa propre société de restauration. «C'est là que j'ai vraiment appris à connaître le point de vue du client sous toutes ses facettes. Cela m'aide encore aujourd'hui.» En 2019, il rejoint Cuboro en tant que chef de projet, et en devient le directeur l'année suivante.

Elégance **sécurisée**

FERRONATO, QUI VIENT D'OUVRIR SA PREMIÈRE BOUTIQUE À LAUSANNE, PROPOSE DES ACCESSOIRES HAUT DE GAMME DOTÉS D'UNE TECHNOLOGIE DE PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE.

TEXTE LA RÉDACTION



À L'ABRI DES ONDES

La spécificité des accessoires siglés Ferronato? Chaque sac, pochette ou porte-monnaie intègre un compartiment en tissu MetaFab®, développé dans les laboratoires de la marque à Châtel-Saint-Denis, dans le canton de Fribourg. Cette technologie bloque complètement les ondes électromagnétiques des appareils qu'on y glisse. Les smartphones, tablettes, ordinateurs portables, cartes bancaires ou encore clés de voiture sont ainsi à l'abri de tout piratage et vol de données numériques. Le principe est celui d'une cage de Faraday (souvenirs de cours de physique...), une innovation par ailleurs déjà présente dans l'aéronautique ou la défense. Si cette technologie est désormais accessible aux consommateurs, c'est que les capteurs de données, eux aussi, se miniaturisent et se démocratisent.



SUISSE-ITALIE

Si la technologie est suisse – la maison mère et les laboratoires sont sis à Châtel-Saint-Denis – le travail de maroquinerie, lui, est italien. En effet, la patrie européenne de l'artisanat du cuir, dans le nord du pays surtout, compte les experts les plus virtuoses du haut de gamme. Dans une démarche de durabilité, les cuirs sont soigneusement sélectionnés et non traités. L'ensemble de la chaîne de production se veut le plus vertueux possible, le tissu métallisé intégré dans chaque pièce étant par exemple produit en circuit fermé, sans aucun déchet sur tout le processus.



STYLE

Faut-il protéger ses données numériques au quotidien? Alessia Ferronato en est convaincue, tant nous transportons de données digitales tentantes pour les cybercriminels, entre cartes bancaires avec toutes nos informations financières, smartphone, clés de voitures... Mais aucune raison de renoncer au style par souci de sécurité. Les accessoires proposés par Ferronato intègrent certes une membrane intérieure technologique qui bloque les ondes, mais portent haut l'esprit de l'artisanat luxueux. Porte-cartes, porte-monnaie, pochettes pour smartphones, housses pour tablettes et ordinateurs portables, sacs à bandoulière ou à main en différents modèles... La collection repose sur une certaine idée de l'élégance sobre. Outre la pochette de haute protection, d'autres espaces permettent de ranger ses accessoires sans se déconnecter. Voilà une nouvelle forme de liberté: choisir les moments où l'on veut passer sous le radar... La gamme s'enrichit aussi ces jours d'une coque pour iPhone qui garantit une réduction de 95% des ondes émises par le téléphone – cette fois par souci de santé.



ALESSIA FERRONATO

EST LA QUATRIÈME GÉNÉRATION DE L'ENTREPRISE, APRÈS DES ÉTUDES EN PSYCHOLOGIE DU TRAVAIL ET MANAGEMENT. LA LIGNE D'ACCESSOIRES SÉCURISÉS EST SON ŒUVRE, CONÇUE ENTRE LA SUISSE ET L'ITALIE.

AUX SOURCES

Tout commence en 1906, lorsque Giovanni Ferronato (*photo*), l'arrière-grand-père d'Alessia, émigre d'Italie et s'installe à Lugano, où il ouvre une entreprise spécialisée dans le polissage des matériaux. Dès 1952, c'est le grand-père, puis la grand-mère de l'actuelle CEO qui reprennent les rênes de la PME. Devenue KGS (pour Keramik Glass Stein) sous l'impulsion de Sandro, le père d'Alessia, dès les années 80, la société s'internationalise et se spécialise dans les outils diamantés puis les tissus métallisés. Dans les années 90, ce sont les capacités de blindage électromagnétique de ces derniers qui ouvrent un nouveau marché à l'entreprise. A l'occasion de l'Exposition universelle à Dubaï, en janvier 2022, la marque Ferronato, petite sœur de KGS, a été lancée, avec Alessia Ferronato à sa tête: un nouveau segment de la sécurité s'ouvre. L'élégance en plus.





Les dressings personnalisables de Poliform peuvent être équipés de purificateurs d'air, de chargeurs voire de haut-parleurs.

Les meubles intelligents anticipent des besoins que l'on ignorait avoir.

ludiques qui s'ouvrent et se ferment comme des jouets, du trolley-pouf qui contient un lit gonflable aux «coussièges» Twin à double usage signés Matali Crasset.

L'innovation au service du bien-être

Outre le meuble versatile, les éditeurs de design poursuivent une autre piste, celle du supplément de santé dans les intérieurs. Le bruit extérieur, par exemple, mérite d'être atténué. C'est pourquoi Cassina a intégré des panneaux insonorisants dans un système de couchage, en collaboration avec l'École polytechnique de Milan. Le pôle recherche de Cassina a développé ce principe pour le lit Bio-mbo, dessiné par Patricia Urquiola: la tête de lit est rembourrée et dotée d'ailes latérales mobiles. Cerise sur le gâteau, une technologie brevetée permet d'intégrer dans cette même tête de lit un mécanisme qui purifie l'air sans source d'énergie et sans émission.

Toujours dans la mouvance bien-être, Sasso est un élément d'ameublement multimédia et multisensoriel. Proposée par Varaschin, cette table d'appoint évoque un galet lissé par l'eau, qui cache bien son jeu high-tech: l'objet dispense des traitements d'aromathérapie, de chromothérapie et de thérapie sonore, tandis que sa surface chauffante permet de maintenir la température des tisanes ou de sécher des serviettes. Dans le même ordre d'idée, le spécialiste du luminaire Slamp a sorti un étrange objet, mi-lampe de table mi-soucoupe spatiale à l'irréelle aura bleutée: un dôme bulbeux à la surface métallisée. Cette Purity Capsule éclaire et fait office de vide-poches, mais surtout elle désinfecte en quelques secondes les objets qui y sont déposés - téléphones mobiles, lunettes, bijoux - au moyen de la lumière UVC.

On en veut davantage? Il y a l'embarras du choix! Miele vient ainsi de dévoiler sa toute nouvelle armoire d'entretien du linge, Aerium. Un rêve devenu réalité: il suffit d'y glisser sa robe un brin plissée ou son pull qui a gardé les odeurs d'un restaurant pour les retrouver presque comme neufs 45 minutes plus tard (il faudra toutefois patienter encore quelques mois avant de pouvoir l'acquérir). Dans le très haut de gamme, les heureux propriétaires de dressings sur mesure signés Poliform peuvent toujours choisir le cuir grainé qu'ils préfèrent sur leurs étagères et dans leurs tiroirs, mais le système intègre aussi un purificateur d'air, qui désinfecte les vêtements sur leurs cintres, élimine toute poussière, bactérie et allergène et supprime les odeurs. Sans compter les chargeurs intégrés et les haut-parleurs discrets... Tout un monde d'efficacité et de propreté, caché sous les élégances des matériaux nobles. ☺

Presque vivants

LES NOUVEAUX MEUBLES MULTIFONCTIONS S'ADAPTENT AUX BESOINS ET PARVIENNENT À ANTICIPER NOS ENVIES. BIENVENUE AUX INTÉRIEURS INTELLIGENTS.

TEXTE PATRICIA LUNGI

LES MEUBLES n'ont jamais été sots. Bibliothèques et lits ont toujours su se montrer malins, avec des espaces de rangements bien trouvés ou des étagères à ajuster. Mais ce qui se passe actuellement dans l'univers du design dépasse largement cette notion de praticité. Les nouveaux meubles dits intelligents sont aujourd'hui dotés de fonctions inventives et parviennent à anticiper des besoins que l'on ignorait (parfois) avoir. Tout a commencé avec l'expansion du télétravail, qui a incité tout un chacun à réaménager son intérieur pour le rendre plus pratique et modulable, confirmant la tendance des meubles hybrides et personnalisables. Les fabricants se sont penchés sur la question afin de proposer des aménagements flexibles et évolutifs. La nouvelle gamme «Les Ingénieurs» de La Redoute propose par exemple le bureau incognito, un espace de travail qui disparaît dans une armoire élégante. Pionnier du meuble mutant, Campeggi regorge de propositions



Les créations de la maison Campeggi, pionnier du meuble mutant, ont toutes un aspect ludique, comme ces assises modulables WA.



Sous ses airs de paradis ouaté, le lit Bio-mbo de Cassina est équipé de panneaux insonorisants mobiles et d'un mécanisme de purification de l'air.

Immersion totale

AVEC SON STYLE SPORT-CHIC ET SON CALIBRE ULTRAFIABLE, LA TUDOR BLACK BAY 54 EST LA RÉINTERPRÉTATION MODERNE DE LA PREMIÈRE MONTRE DE PLONGÉE DE LA MARQUE.

TEXTE LA RÉDACTION

LES AIGUILLES

Tout le monde les connaît. Les aiguilles dites «Snowflake» sont une signature des montres de plongée Tudor. Leur introduction, en 1969, répond à une demande de la marine Française, afin que les plongeurs aient une visibilité parfaite grâce à la matière lumineuse Swiss Super-LumiNova® Grade A. En 2023, elles sont toujours d'une modernité absolue.

LE CADRAN

Nombre de créations ont laissé une trace profonde dans l'histoire de Tudor. En 1954, l'une d'elles fait partie des premières montres de plongée au monde: l'Oyster Prince Submariner, connue pour avoir été utilisée par les pionniers de la plongée professionnelle. C'est d'elle dont s'inspire la Tudor Black Bay 54 avec son cadran noir satiné soleil, subtilement bombé, et ses index noirs luminescents qui entourent le triangle historique à 12 heures.

LE BRACELET

Ils sont au nombre de deux: l'un en acier inoxydable à trois maillons entièrement satiné style riveté, et l'autre en caoutchouc noir. Le détail qui fait la différence: les deux bracelets sont équipés du fermoir avec système d'ajustement rapide de la longueur Tudor dit «T-fit» pour une meilleure ergonomie.

LE BOÎTIER

Le boîtier de la Tudor Black Bay 54, avec ses 37 mm, est fidèle au modèle dont il s'inspire, tout comme sa lunette unidirectionnelle en acier inoxydable graduée 60 minutes. Mais il a un autre atout: il est pile dans la mouvance actuelle des montres qui s'adaptent à tous les poignets. La mixité n'a jamais été aussi tendance.

LE CALIBRE

Décidément, les réserves de marche «weekend proof» ont le vent en poupe. Le Calibre Manufacture MT5400, qui équipe le modèle Tudor Black Bay 54, en possède une de septante heures environ. Cela permet au porteur de poser sa montre le vendredi soir et de la reprendre le lundi matin sans devoir la remonter. Ce n'est évidemment pas son seul atout: des finitions décorées, une construction pensée pour la robustesse et la précision, un spiral amagnétique en silicium... Il va sans dire que ce mouvement est certifié par le Contrôle officiel suisse des chronomètres (COSC).

L'HISTOIRE

Le catalogue de Tudor est si riche que beaucoup de ses montres peuvent se vanter de posséder un charme rétro. Mais la Black Bay ajoute à son côté vintage une histoire bien particulière. Elle s'inspire de l'Oyster Prince 7922 de 1954, une pièce légendaire qui provoque un petit pincement au cœur à tous les plongeurs. Adoptées par les marines française et américaine, elle a tout de suite conquis le public avec ses atouts de fiabilité, de précision et d'étanchéité. Depuis, elle n'a cessé d'évoluer tout en conservant son esprit historique. Avec la nouvelle Black Bay 54 modernisée, Tudor lui rend hommage dans un esprit sport-chic. Elle est la polyvalence incarnée, efficace et pratique en toutes circonstances. Une montre à l'épreuve de la vie, en somme.

LA MARQUE

Tout un symbole: la devise de Tudor est #BornToDare. Cette philosophie reflète à la fois l'histoire de la marque et ce qu'elle représente aujourd'hui. Depuis l'origine de la société en 1946, son ambition est d'élaborer des montres robustes. C'est ainsi que les lignes Black Bay, Pelagos, 1926 ou encore Tudor Royal ont été le choix d'aventuriers parmi les plus audacieux, sur terre, dans les airs, sous l'eau et sur les glaces. Plébiscitées pour leur style sportif, ces pièces sont également reconnues pour leur rapport qualité-prix unique. En 2015, la marque vit un tournant en lançant son premier mouvement maison qui équipe alors la North Flag. L'horloger accompagne aussi l'équipe suisse dans sa quête de victoire lors de l'America's Cup.

ROBOT CHERI

L'INVENTEUR JAKE DYSON INCARNE LA RELÈVE DE L'ENTREPRISE QUI A CONVERTI LES CORVÉES MÉNAGÈRES EN LOISIRS STYLÉS. L'AVENIR SERA BEAU ET ROBOTIQUE.

INTERVIEW **RENATA LIBAL**



C

HUT, SILENCE ET TOTAL SECRET... Les laboratoires de l'entreprise Dyson – dont on ose à peine dire qu'elle donne dans l'électroménager tant ses aspirateurs, purificateurs d'air et autres sèche-cheveux s'imposent en objets de désir – travaillent sous haute surveillance. Même le responsable de presse n'a été autorisé à pénétrer qu'une seule fois dans le saint des saints, le réputé département NPI – pour New Product Innovation. Soit là où les ingénieurs planchent sur les produits dont nous ne pourrions pas nous passer dans une dizaine d'années. Depuis le lancement, en 1993, du premier aspirateur au monde sans sac à poussière, la start-up anglaise endettée est devenue une multinationale, toujours en mains familiales, autour du génial inventeur James Dyson. Entretiens, son fils Jake, inventeur lui aussi, a rejoint l'entreprise, dans l'optique de la reprendre un jour. L'aspirateur coloré est, lui, devenu une icône d'efficacité et de design. Il a accédé aux piédestaux des grands musées, engendré toute une famille d'instruments de domotique qui domptent l'air aspiré comme propulsé, s'est diversifié dans l'éclairage, a manqué de peu de lancement d'une voiture électrique entièrement élaborée à

l'interne et s'est pris d'intérêt pour... la culture des fraises en aquaponie. Accessoirement, les recettes n'en finissent plus de grimper (6,5 milliards d'euros en 2022) et Dyson travaille dans 65 pays, avec 14000 employés, dont la moitié (la moitié!) d'ingénieurs.

La visite du campus près de Bristol, dans le sud de l'Angleterre, est un grand moment, malgré la vigilance du service de sécurité («Merci de ne rien photographier» – «Pas même la plaque qui commémore la visite de la reine le 7 décembre 2001?» – «S'il vous plaît, madame!») A Malmesbury, au milieu des verts bocages anglais, bat le cœur de l'entreprise. C'est là le site historique de la marque, là où étaient fabriqués les premiers aspirateurs avant que les lignes de production ne déménagent à Singapour. C'est là que naissent toujours les prototypes, dans de superbes bâtiments dessinés par feu le grand architecte Chris Wilkinson, et qu'étudient (et travaillent et mangent et souvent dorment) les 274 jeunes du Dyson Institute, une université privée résolument orientée sur l'innovation et l'expérience en entreprise. La plupart seront engagés après le diplôme: il n'y a jamais assez de cerveaux créatifs à disposition.

A quelques kilomètres de là, toujours les yeux dans le vert, s'est ouvert, en 2017, le site de Hullavington, sur un ancien aéroport de la Royal Air Force, avec des hangars convertis en laboratoires (quelques-uns sont restés dans leur jus: ils abritent des colonies de chauves-souris protégées). Là, on est dans le cerveau de la bête: le haut lieu de



Jake Dyson a d'abord réinventé les éclairages LED avant de rejoindre l'entreprise familiale.

l'informatique et de la robotique. Ce domaine est celui de Jake Dyson, déterminé à mener la compagnie vers le futur connecté. Un plan d'investissement massif (plus de 3 milliards de francs sur cinq ans) soutient cette stratégie. C'est ici qu'a été conçu le Dyson 360 Vis Nav, le premier super-aspirateur robot de la maison qui sort actuellement. Qu'a-t-il donc de plus que ses concurrents, ce petit animal goulou qui nettoie les sols tout seul? L'équipe Dyson lève les yeux au ciel: mais tout, voyons! C'est Mike Aldred, responsable du département robotique, qui se colle aux explications: «Nous proposons d'abord un excellent aspirateur – avec une puissance au moins double de celle des autres produits du secteur. Ensuite seulement nous pensons au robot. Pas le contraire. Pas un gadget! Notre robot apprend à cartographier son environnement, à réagir aux obstacles.» Et de montrer, sur écran géant, comment la bestiole bourrée de puces et dotée de 36 yeux se perfectionne au fil des 100000 parcours réalisés en reproduction virtuelle mais réaliste. «Les nouvelles technologies permettent d'éduquer un robot en trois nuits de test, quand il aurait fallu quinze ans, il y a peu, pour lui faire acquérir la même expérience. Nous développons beaucoup les techniques qui optimisent et accélèrent leur apprentissage.» Dans un coin, un bras mécanique s'entraîne à saisir les objets avec délicatesse et fluidité, selon la texture, le contenu, l'usage... Un futur ramasse-jouets pour chambre d'enfant? Un rangeur de vaisselle? Allons voir le patron, Jake Dyson!



Dyson père et fils dans une Mini Cooper, l'une des icônes de design exposées dans leurs locaux.



L'entreprise n'a jamais perdu **ce sens de la liberté** qui a mu mon père jadis.

Avec ce robot nouvelle génération, l'entreprise opère un virage crucial...

Effectivement. Nos domaines d'expertise restent les capteurs, les moteurs, la filtration de l'air, l'acoustique, la séparation de la poussière... Une foule d'appareils nouveaux peuvent naître des interactions entre ces domaines. Mais surtout, d'ici 2030, nos produits seront encore meilleurs, car ils seront tous connectés. Le service à l'utilisateur sera grandement amélioré, puisque les produits seront calibrés aux besoins individuels. Et nous pourrons aussi suivre à distance l'état de santé de nos appareils. A l'avenir, vous devriez pouvoir recevoir un message disant: «Demain, un nouveau sèche-cheveux vous sera livré», avant même que vous ne puissiez vous douter qu'un problème est sur le point de survenir. En termes de service après-vente, ce sera un énorme progrès que de connaître exactement l'usage que les gens font de leur appareil. Passent-ils une heure ou deux minutes à aspirer? Laissent-ils leur chien dormir dans leur lit? Autant de données à prendre en compte. Actuellement, nous vendons 25 millions de produits par an, ce qui représente aussi un coût de service après-vente colossal (près de 500 millions de francs), dont beaucoup de main-d'œuvre, puisque nos ingénieurs doivent investiguer à chaque fois. Avec l'expansion prévue de nos marchés, ce modèle n'est pas tenable. Au final, il s'agit d'établir une relation de confiance avec les consommateurs, de leur montrer que les spécificités sont prises en compte.

Meilleur service, meilleur modèle économique...

... et meilleure durabilité des produits, grâce à ce suivi individualisé, qu'actuellement seules des marques de voitures électriques de luxe, comme BMW, parviennent à assurer.

Et l'enjeu de la confidentialité des données?

Nous ne collectons que les données directement liées à l'efficacité de l'appareil, qui permettent d'optimiser l'usage et le confort du client. Qui permettent aussi, par exemple, de vérifier la quantité de poussière effectivement aspirée à chaque passage. Vous avez notre tableau animé qui montre la pollution de l'air dans divers lieux du monde? Grâce à nos purificateurs d'air, nous voyons en temps réel quelle est la situation.

Avec notre densité de capteurs, nous disposons de données plus précises que celles des gouvernements. A New York, au moment des pics de particules fines, nous avons pu envoyer des conseils d'utilisation à nos clients. Et quand nous mettrons en vente nos casques audio pourvus d'une filtration de l'air devant la bouche, nous aurons un mapping mondial rue par rue, au gré des déplacements des gens. Ces données sont très précieuses pour travailler sur l'amélioration.

Et la qualité de l'air en Suisse?

Nous avons 60000 capteur en Suisse, dont 40000 purificateurs. Tous les signaux sont au vert ou jaune pâle... sauf à Baar (ZG), où on est dans l'orange. Sans doute à cause de l'autoroute...

Vos collaborateurs arborent des porte-badge à slogans comme «déterminé à devenir numéro 1» ou «ne jamais cesser d'innover»... Comment fait-on entretenir cette stimulation au sein d'une entreprise, au-delà des mots?

Nous n'avons jamais perdu ce sens de la liberté qui a mu mon père jadis, quand il a imaginé l'aspirateur sans sac. Il avait cette pulsion inarrêtable pour l'innovation, même si plusieurs compagnies, dont Hoover, ont refusé son projet. Cette folie, cette magie Dyson est restée. On le voit par exemple dans cette voiture électrique sur laquelle nous avons travaillé durant deux ans et qui ne s'est finalement pas avérée économiquement rentable. Nous n'avons jamais considéré ce développement comme un échec! Le processus nous a menés vers une multitude de pistes nouvelles, en matière de batteries, par exemple. D'ailleurs, le prototype trône fièrement dans notre cafétéria. Les jeunes qui commencent chez nous savent qu'ils ont un incroyable potentiel de développement, ce qui est très énergisant. Et je ne vous parle même pas des délirantes soirées costumées que nous organisons et qui resserrent les liens entre les jeunes pleins d'énergie et ceux qui affûtent chez nous leur expérience depuis trente ans.

Vous avez commencé par lancer votre propre entreprise de luminaires innovants avant de rejoindre Dyson...

Oui, j'ai travaillé dix ans dans ma petite structure de douze personnes, à optimiser la technologie LED. En refroidissant le circuit, on peut moduler la qualité de la lumière pour qu'elle reproduise la nuance précise de la lumière du jour. Et la durée de vie de l'ampoule LED traitée ainsi est d'au moins soixante ans. J'ai adoré maîtriser toutes les facettes de cette entreprise et je m'y suis probablement amusé davantage que je ne le fais parfois ici... Si j'ai rejoint Dyson, en 2016, c'est que mon père me posait la main sur l'épaule depuis quelques années déjà. Le moment était mûr: Dyson se diversifiait et se montrait très intéressé par ma technologie. J'y ai vu l'opportunité de donner une autre dimension à mes lampes grâce au savoir-faire Dyson en matière de software. En outre, l'entreprise devenait tellement énorme que si j'attendais davantage, j'aurais eu de la peine à rattraper le développement.

Des regrets...?

J'ai parfois la nostalgie du travail où je mettais moi-même les mains dans les câblages, que j'apprenais en faisant. D'ailleurs, j'ai équipé ma

EN SUISSE

La Suisse a représenté l'un des tout premiers marchés pour les aspirateurs Dyson, dès 1998, il y a pile 25 ans. Le pays a aussi été le premier, en 2019, où Dyson a supprimé les aspirateurs à traîneaux pour ne plus proposer que les modèles balais sans fil.



SPECTACLE TECHNO

PAGE DE GAUCHE

La nouvelle génération de l'aspirateur Gen5Detect Absolute en pleine phase de test.

CI-DESSUS À GAUCHE

Le purificateur d'air de Dyson, comme un menhir moderne pour son salon.

EN HAUT À DROITE

Le nouveau casque audio, prévu en Suisse pour l'année prochaine, est doté d'une filtration d'air pour arpenter les couloirs de métro et les centres-villes encombrés de voitures.

EN BAS À DROITE

Le nouvel aspirateur robot Dyson 360 Vis Nav, qui a appris à ménager les plinthes ou se glisser sous le lit.

nouvelle maison d'un atelier – j'ai quitté Londres pour me rapprocher de Bath – mais je ne parviens pas encore à dégager du temps. Pas facile quand on élève seul deux filles... Cela dit, j'apprécie chaque instant de l'extraordinaire privilège de travailler avec autant de cerveaux brillants. Le niveau de nos ingénieurs ouvre des perspectives sans limites!

A quel point est-ce important que l'entreprise reste en mains familiales?

C'est fondamental! Pour une raison économique, car notre indépendance d'esprit est liée au fait que nous n'avons pas de compte à rendre à des actionnaires. Nous pouvons prendre des risques, très rapidement, sans devoir rendre des comptes en cas d'imprévu. Je pense par exemple à ces respirateurs artificiels que nous avons développés pendant la pandémie et dont les hôpitaux n'ont finalement pas eu besoin. L'autre raison est émotionnelle: je tiens à perpétuer cet héritage créatif. Le nom est celui de notre famille et il n'est pas question de laisser quelqu'un en faire mauvais usage.

Votre frère, musicien passionné, est lui aussi au conseil d'administration, votre sœur est active dans la mode, qu'en est-il de la troisième génération?

Chaque mois, nous informons l'ensemble de la famille sur les projets en cours. Il y a six petits-enfants, dont le plus âgé a 22 ans. Tous sont très créatifs, dans la mode, la musique, la peinture... Je crois qu'ils réalisent à quel point c'est merveilleux de s'inscrire dans une lignée qui jouit d'une telle liberté, mais aussi à quel point est lourd le poids de la responsabilité. Pour le moment, l'idée est simplement de laisser la porte ouverte. On verra bien qui se sent appelé. Quant à moi, je m'apprête à emmener mes filles de 12 et 14 ans en Asie, pour leur montrer ces chaînes de production où des centaines d'ouvriers travaillent à la bienfaisance de nos produits. C'est un aspect auquel elles n'ont pas été confrontées en Angleterre et qui rend aussi très concrètes les raisons pour lesquelles je passe une semaine par mois à Singapour.

Les orientez-vous vers les maths, vous qui en appelez à davantage de talents féminins en ingénierie...?

La dernière volée à l'Institut Dyson compte 41 % de jeunes femmes... Ce n'est pas mal face à une moyenne nationale de 15 % dans les formations d'ingénieur. L'une de mes filles a un talent particulier pour la musique, mais je crois vraiment que tous les domaines de la création sont liés. On verra où leur passion les mène. Mon aînée vient de ramener de l'école une invention de son cru: un duo de coupe-pizza reliés entre eux. Elle avait compris que c'était la meilleure manière d'obtenir des tranches régulières, sans que la lame ne dévie. Il y a du potentiel!

Vous aviez 21 ans quand James Dyson a finalement produit ce fameux premier aspirateur sans sac, après 5127 essais. Quel souvenir avez-vous de ce moment?

J'étais fier, naturellement! Quand j'ai commencé l'École Saint-Martin, où j'ai étudié le design industriel, personne n'avait jamais entendu parler de James Dyson. Et tout à coup, arrivé en troisième année, il y avait des posters géants de lui partout et on le présentait en héros, le seul

designer anglais à produire ses propres créations. J'étais un peu éberlué de cette notoriété soudaine. Mais mon père a été un sacré personnage toute mon enfance, un excentrique du genre à toujours trifouiller dans le système électrique et à porter des chaussettes dépareillées. Je trouvais plutôt chic d'avoir un père différent des hommes en cravate. Ma mère est et reste un soutien incroyable à ses côtés. Je ne crois pas qu'il aurait pris tous ces risques sans elle.

Pas toujours facile de travailler en famille, surtout aux côtés d'un fondateur aussi tonitruant que votre père...

Je ne suis pas attiré par la notoriété et la gloire. Mon père et moi ne sommes pas toujours d'accord, mais je n'ai aucune crainte quant à l'avenir de l'entreprise. La culture de créativité instaurée par ce génie multitâche est aujourd'hui solidement établie, au-delà de sa personne. L'enjeu est de continuer à créer, à penser, à innover. Mais ce sera difficile pour mon père de lâcher prise... Pour tant soit peu qu'il décide de le faire un jour.

Dyson a réussi le tour de force de transformer les corvées ménagères en loisirs stylés, les appareils utilitaires en objets de désir. Quelle est l'importance du design dans cette démarche?

Paradoxalement, le design est fondamental, mais la création de beaux objets n'a jamais été l'objectif de la maison. Nous collons au plus près à cette définition puriste du design qui veut que la forme suive la fonction. Nos appareils sont réduits à l'expression de leur fonctionnalité, sans aucun élément décoratif. Cela donne une esthétique très géométrique, avec des lignes simples qui s'imbriquent. Et comme nos produits sont issus d'une technologie de pointe, nous soulignons cette préciosité en colorant certains éléments et en soignant les finitions pour une prise en main sensorielle. Au final, notre allure signature tient à cette démarche de sobriété et de perfection.

Vos appareils mettent en scène leur efficacité, mais ils sont aussi devenus des symboles de statut. Des objets de luxe que l'on est fier d'exhiber...

Il est normal que nos produits coûtent plus cher que la moyenne, car la technologie pour les développer est, elle aussi, beaucoup plus onéreuse. Et nous réfléchissons beaucoup à la manière dont les gens sont appelés à interagir avec les robots: vont-ils vouloir cacher l'aspirateur dans une armoire comme un balai amélioré ou au contraire l'installer au salon comme une statue moderniste? Vont-ils aimer le regarder aspirer ou le programmer pour qu'il agisse en leur absence? Les deux visions se défendent au sein de notre clientèle. Je fais volontiers le parallèle avec les voitures haut de gamme: je pense que le rapport esthétique et affectif est du même ordre.

Et vous, quel est votre rapport au luxe? Vous roulez en belle voiture de sport vert sapin, à ce que j'ai pu voir...

J'aime que les objets de ma vie soient efficaces, organisés, et parfaitement adaptés à leur usage. En ce sens, j'ai une vision minimaliste du beau. Et je ne suis en rien sensible aux marques. ☺

VILLE À VELO

L'AFFLUX DES E-BIKES
BOULEVERSE LES CODES
DU STYLE URBAIN.

PHOTOGRAPHIE BENOIT PEVERELLI
STYLISME SIMON PLYSER





PAGE DE GAUCHE Bomber en polyester recyclé, col roulé imprimé cheval en nylon, legging à motif damier en maille, **Longchamp**. Lunettes style masque en acétate, **Boss Eyewear**. Montre Code 11.59 by Audemars Piguet Automatique, boîte en acier, 41 mm, **Audemars Piguet**.

PAGE DE DROITE Blouson sport droit en veau, chemise ample en toile spinnaker, pantalon étroit à taille élastique et bord-côte en veau, **Hermès**. Lunettes modèle RIZIK, couleur Olive Brown, **MOSCOT**. Vélo électrique ST7, avec changeur de vitesse électronique, freins ABS, courroie en carbone, **Stromer**. Casque intelligent Ultra E-BIKE pour vélo électrique, équipé d'un éclairage et d'un système d'alarme (compatible avec Apple Watch, Apple health et Strava), **Lumos**.



BOSS

EVA

KLR
Kawasaki

PAGE DE GAUCHE Manteau en polyester et coton, veste en polyester et col roulé en polyester et laine, **Homme Plissé Issey Miyake**. Legging dynamic athlete en tissu technique Furor7, **EA7**. Lunettes style masque en acétate, **Boss Eyewear**. Baskets en cuir synthétique et nylon, **Kolor**. Vélo électrique Xplorer Beast (édition limitée à 100 ex., homologué 45 km/h mais peut être plafonné à 25 km/h), **Max Horn x Miloo**.

PAGE DE DROITE Top de cyclisme à manches longues en jersey, lunettes de cyclisme en acétate et chaussures de cyclisme Pro Team Powerweave, **Paul Smith x Rapha**. Pantalon twisté et ceinturé en denim épais teint en pièce blanc d'argile, **Lemaire**. Leggings dynamic athlete en tissu technique ventus7, **EA7**. Montre Code 11.59 by Audemars Piguet Automatique, boîte en or rose, 38 mm, **Audemars Piguet**. Vélo électrique urbain léger Curt, couleur Purple Void, **Ampler Bikes**. Casque fait main, en cuir vert, modèle Atlas, **Egide**.





PAGE DE GAUCHE Veste dispatch en denim épais teint en pièce blanc d'argile, chemise twistée en soie et polyamide, large sac croissant en cuir grainé souple, **Lemaire**. Leggings et short active run en nylon et spandex, **Sweet Pants**. Lunettes en acétate, **PrettyLittleThing**. Baskets Raven en cuir, **Gola**. Vélo électrique urbain léger Curt, couleur Purple Void, **Ampler Bikes**. Casque fait main, en cuir indigo, modèle Atlas, **Egide**.

PAGE DE DROITE T-shirt en jersey et short en gabardine de laine, **Ami**. Montre Code 11.59 by Audemars Piguet Automatique, boîte en acier, 41 mm, **Audemars Piguet**. Gourde **NOX**. Lunettes Vistair-y, dark grey matt, **Evil Eye**. Sac bandoulière réfléchissant F659 Dixon, **Freitag**.





La dernière variation de la Code 11.59. Une boîte de 38 mm, et de l'or rose pour accompagner le cadran violet étampé, d'une délicatesse extrême.

Nouveau jour

LA COLLECTION CODE 11.59 BY AUDEMARS PIGUET S'ENRICHIT D'UNE NOUVELLE ULTRA-COMPLICATION ET RÉVISE SES PROPORTIONS.

TEXTE LA RÉDACTION

DANS LA VALLÉE DE JOUX, on dit que la beauté est autant à l'extérieur (dans la nature) qu'à l'intérieur (d'une montre). Surtout quand on domine les lieux du haut de la Dent-de-Vaulion, d'où l'on aperçoit l'une des manufactures horlogères qui font la légende de cette région reculée, tout au bout du lac de Joux, au Brassus. C'est ici que la manufacture Audemars Piguet est née. Ici que la marque imagine et conçoit ses pièces, illustrant à chaque occasion sa créativité et démontrant toute l'étendue de ses talents maison.

Parmi ces icônes horlogères, il y a la collection Code 11.59 by Audemars Piguet. Evidemment, cela réjouit le touriste en quête d'images de carte postale de faire le parallèle entre la grandeur des lieux et la technicité en modèle réduit d'une montre mais, pour arriver à un tel résultat, mieux vaut avoir un esprit d'aventure. C'est précisément ce dont Audemars Piguet fait preuve depuis sa création. Et on voit sur les pages de mode qui précèdent que le grand air n'est

pas le seul paysage qui convient à ces iconoclastes: la technologie très pointue se marie allégrement à la nécessaire décontraction des codes urbains actuels. Comme un fil tendu entre les ambiances, les genres, les groupes sociaux.

Petit retour en arrière. Janvier 2019: la collection Code 11.59 by Audemars Piguet est partout. En premier lieu au poignet des ambassadeurs Audemars Piguet, lors du Salon international de la haute horlogerie (SIHH). Tout le monde en parle. Plus de cinq ans de recherches et de développements auront été nécessaires à sa conception et, le moins que l'on puisse dire, c'est que sa naissance fait du bruit. D'abord, il y a ce nom: Code 11.59. «Elle a été baptisée ainsi en référence à la dernière minute avant un jour nouveau», comme l'explique à l'époque le CEO de la marque, François-Henry Bannahmias.

Voilà qui positionne la pièce comme l'un des lancements les plus ambitieux depuis des décennies. Et puis, ce design: une lunette et un fond de boîte ronds dans une carrure octogonale, dans un diamètre de 41 mm; l'une des boîtes les plus compliquées jamais réalisées par la marque. Son industrial-

sation nécessite une expertise technique et humaine hautement qualifiée. Bref, les treize références de la collection Code 11.59 by Audemars Piguet en or rose ou en or gris et les nouveaux calibres proposés sont une petite révolution, dont la seule présence rebat les cartes de la diversité en horlogerie.

Une histoire en mouvement perpétuel

Un an plus tard, la Code 11.59 by Audemars Piguet galbée aux attaches de bracelet évidées revient avec dix nouvelles éditions. Bordeaux, violet, gris foncé... Ce millésime 2020 met en lumière des cadrans fumés ton sur ton avec des bracelets en cuir. Les deux années suivantes, les choses s'accroissent avec l'avènement de deux complications en 41mm: un quantième perpétuel avec un cadran en aventurine bleue et une heure vagabonde, tous deux dans un écrin en or gris.

Nous voilà donc en 2023, avec un nouveau chapitre en trois épisodes. D'abord la sortie d'une montre ultra-complicquée conçue avec un soin particulier porté à l'ergonomie et l'usage quotidien, le tout avec un nouveau diamètre de 42 mm. «Nous croyons que la fonction mécanique à but ergonomique ouvre une nouvelle voie pour Audemars Piguet et l'industrie horlogère en général», explique Giulio Papi, directeur technique, au Locle. Deuxième opus, une Code 11.59 by Audemars Piguet en acier (*voir encadré*) augurant une évolution qui mise sur le confort et la lisibilité, grâce notamment à de nouveaux index allongés remplaçant les chiffres arabes, l'inclinaison du rehaut réduite pour atténuer la différence de hauteur avec le cadran, mais surtout un nouveau cadran au motif inédit et spécialement développé pour l'occasion.

La dernière création sortie cet automne recense toujours plus d'expertise. Les équipes ont d'abord revisité les proportions de la boîte complexe, dans un format de 38 mm (en couverture), pour qu'elle s'adapte aux poignets plus fins. Bien entendu, les deux pièces sont animées par la dernière génération de mouvement automatique, le Calibre 5900, apparu en 2022. L'or rose, lui, a été choisi pour mettre en valeur les deux cadrans ivoire ou violet au motif étampé. C'est-à-dire un décor d'ondes s'éloignant vers l'extérieur, ponctuées de centaines de minuscules cavités permettant de jouer avec la lumière et la couleur. Dans la lignée de ses aînées, la pièce sort des codes traditionnels et ouvre une porte. Pour preuve, s'il en fallait une, la complexité géométrique de la boîte ouvre de nouveaux horizons techniques et esthétiques. Sans compter que la taille de 38 mm de la collection est en train de devenir un nouveau standard. ●



UN MENTAL D'ACIER

Après l'or gris, l'or rose ou encore la céramique, c'est au tour de l'acier de faire son apparition au sein de la collection Code 11.59 by Audemars Piguet. Les six nouvelles références de 41 mm de diamètre sont proposées avec un cadran motif étampé au travail époustouffant dans des tons de beige, vert ou du fameux «Bleu Nuit Nuage 50». Ces pièces, à la fois classiques et décontractées, ont donné du fil à retordre à leurs concepteurs. Elles écrivent un chapitre inédit, en mettant l'accent sur la lisibilité et l'ergonomie, proposés totalement dans l'air du temps.

encore!

& TOUJOURS AVEC TOI

VOYAGES

MODE

www.encore-mag.ch

DESIGN

BEAUTÉ



GASTRONOMIE

AVENTURES

TON MAGAZINE LIFESTYLE
MAINTENANT AUSSI EN LIGNE



Avec leur look affirmé et leur légèreté incroyable, les montres en carbone s'invitent dans le vestiaire urbain (ici une tenue Jil Sander).

Bilan carbone

EMPRUNTÉ AU MONDE DE L'AÉROSPATIALE ET DE L'AUTOMOBILE, LE CARBONE SE DÉMOCRATISE. CE MATÉRIAU DE POINTE PÈSE DE PLUS EN PLUS LOURD DANS LES COLLECTIONS TOUT EN DEMEURANT TRÈS LÉGER AU POIGNET.

TEXTE MATHILDE BINETRUY

DEVINETTE: qu'est ce qui pèse dans les 70 grammes? Une paire de lunettes, un petit paquet de chips, un jeu de bulles de savon, un tube de colle...

et la dernière Hublot Big Bang Integrated Tourbillon Full Carbon, pardi! La comparaison n'est pas facile à expliquer. Disons que la montre – par ailleurs une prouesse high-tech – est un poids plume grâce à un matériau de pointe: le carbone.

Pour comprendre comment ce matériau a fait son entrée en horlogerie, il faut remonter dans le temps. Au tournant des années 2000, plusieurs horlogers indépendants délaissent l'or et le platine, métaux coûteux, lourds, trop sensibles aux aléas de la vie quotidienne. Ils cherchent alors des alternatives plus audacieuses. L'automobile et l'aéronautique vont leur apporter une réponse. Elle apparaît du côté des gouvernes, des portes, des empennages... Airbus réalise alors une partie de ses avions avec un composite high-tech: le carbone. L'automobile l'adopte dans les années 1980, notamment avec la McLaren MP4/1, première Formule 1 avec un châssis entièrement constitué de ce matériau.

Technique et léger, le carbone apparaît soudain comme un candidat idéal pour l'horlogerie. Il est résistant aux chocs, comme aux rayures et aux UV, il est antimagnétique et pèse trois fois rien: environ 2 g/cm³, contre environ 8 g/cm³ pour l'acier inoxydable. Le matériau fabriqué à partir de résine époxy sert d'abord d'écran au boîtier de la montre. Puis, très vite, la fièvre gagne les composants, comme la lunette et la couronne. La course est lancée. Tag Heuer l'expérimente en 1998 sur le cadran de sa Kirium Ti5. Candino va plus loin avec sa C-F1 baptisée la «Carbon Watch», entièrement en fibre de carbone: boîte, cadran et bracelet. Quant à Richard Mille, il en fait l'une de ses marques de fabrique en développant des composites de plus en plus performants. La RM 027 de Rafael Nadal (20 grammes, bracelet inclus) est ainsi capable de résister à des forces de plusieurs G sur terre battue. Le style unique de ces pièces avec son effet marbré conquiert aussi les esthètes. La dernière Bulgari Octo Finissimo CarbonGold Calendrier Perpétuel, une association de carbone (boîtier) et d'or rose (index, aiguilles et couronne) en est d'ailleurs un bel exemple. Le potentiel d'alliages semble sans limite pour forger les carrures de demain. ●

POIDS PLUME



Black tie

C'est l'une des cinq montres percutantes de la collection capsule signée Carl F. Bucherer. Réalisée en carbone forgé, elle abrite un tourbillon périphérique suspendu breveté et un chronomètre certifié COSC. C'est superbe, à l'intérieur comme à l'extérieur. **59 500 fr., édition limitée à 30 exemplaires. Carl F. Bucherer Manero Tourbillon Double Peripheral Black**



Sportive

Elle incarne le lien indélébile entre TAG Heuer et le sport automobile de compétition. Son boîtier de 42 mm, en carbone ultraléger et résistant, est animé par le Calibre Heuer 02 Flyback certifié COSC. Il propose trois fonctions essentielles aux pilotes en course: un chrono, une échelle tachymétrique et un pulsomètre. **13 500 fr., TAG Heuer Monza Flyback Chronometer**



Élégante

Elle redéfinit les règles de l'horlogerie en mixant l'anthracite du carbone high-tech avec l'éclat de l'or rose. Son look unique est doublé d'une innovation: le calibre BVL 305 lui permet une finesse de seulement 2,75 mm. Quant à son quantième perpétuel, il nécessitera un seul réglage en 2100. **Prix sur demande. Bulgari Octo Finissimo CarbonGold Calendrier Perpétuel**



Warrior

Depuis toujours, Panerai crée des montres qui incarnent le défi, l'esprit d'équipe et l'adrénaline à l'état pur. Les Navy Seals, connus pour leurs exploits en mer, partagent les mêmes valeurs. Cette montre de 44 mm en Carbotech™ rend hommage à leur audace. **17 400 fr., Edition limitée à 462 exemplaires. Panerai Luminor Chrono Carbotech™ Navy Seals**



Porte-bonheur

Elle s'impose sur le poignet tout en étant étonnamment légère. Son boîtier a été fabriqué à partir de 8Tech, une matière composite carbone-titane dont les fines couches se superposent afin de créer un design unique. Sa forme octogonale? Elle symbolise la chance pour des milliards de personnes. **25 500 fr., Girard-Perregaux Laureato Absolute Chronograph 8Tech**



Technique

Cette Big Bang réunit un tourbillon micro-rotor au sein d'une boîte ultralégère et résistante avec bracelet intégré en fibre de carbone et Texitium. Un concentré de haute technologie et de haute horlogerie, le tout pour 68 grammes à peine. **Edition limitée à 50 exemplaires. 120 000 fr., Hublot Big Bang Integrated Tourbillon Full Carbon**



Aérienne

Elle ne pèse que 36 grammes, bracelet Velcro compris. Trois défis techniques ont été relevés pour aboutir à cette référence de haute voltige: un squelette extrême, l'intégration de l'habillage avec le mouvement et l'accueil d'un sélecteur de fonctions inversé. **167 000 fr. HT, Richard Mille RM 07-04 Automatique Sport**



Le diamant de laboratoire est physiquement, chimiquement et optiquement identique à un diamant extrait du sous-sol.

Fabrique-moi un diamant

AUPARAVANT UTILISÉS DANS L'INDUSTRIE, LES DIAMANTS DE LABORATOIRE SONT EN PLEIN ESSOR DANS LE MONDE DE LA BIJOUTERIE. UNE ALTERNATIVE DURABLE AUX DIAMANTS NATURELS.

TEXTE SARA ALLERSTORFER

BRILLER ET BRILLER ENCORE! Un storytelling lumineux appartient au genre joailler au même titre que l'éclat du diamant. Au genre horloger aussi. Or le fameux adage tient toujours, qui veut que les diamants soient éternels. Protégés par leur lumière limpide, l'amour et la valeur qu'ils représentent ne varieront jamais. Jusque-là, c'est pure magie. Mais en ces temps de transparence, le récit fondateur des pierres taillées tend à se ternir quelque peu, par l'effet des rapports sur le coût écologique et humain des processus d'extraction. Depuis que la génération Z réclame des pierres précieuses à l'image de son état d'esprit, assorties au green matcha latte du matin, les légendes des maisons de luxe ont de plus en plus de mal à vanter la pureté des diamants naturels. D'ici à 2025, on estime que 20 à 30% des achats de bijoux dans le monde seront influencés par des considérations de durabilité. Il n'est donc pas étonnant que la demande de diamants cultivés en laboratoire augmente rapidement. «Nous constatons que l'acceptation des bijoux avec des «lab-grown diamonds» (LGD) croît rapidement en Suisse, explique Niels Schäfer, cofondateur de la marque de bijoux Loev. Lorsque nous avons lancé la première marque suisse de bijoux en diamants de laboratoire il y a un an, la plupart des gens n'avaient jamais entendu parler de ces LGD ou, si c'était le cas, ils ne s'étaient pas encore forgé de véritable opinion.» Les créations de Loev, fabriquées à la main en Allemagne à partir d'or recyclé, de diamants et de saphirs de laboratoire, sont des pièces fortes, au design tourné vers le futur.

Produit en quelques semaines sous l'effet de la chaleur et de la pression et dans des nuages de gaz et de carbone, le diamant de laboratoire est chimiquement, physiquement et optiquement identique à une pierre précieuse extraite du sous-sol. Le processus de fabrication permet de contourner les pratiques d'approvisionnement inhumaines et à première vue nuisibles à l'environnement. Quant à savoir si ce diamant fabriqué par l'homme est bel et bien vert, la question reste ouverte. Ses détracteurs avancent que la consommation d'énergie nécessaire est faramineuse et que les émissions de gaz à effet de serre seraient trois fois supérieures à celle de l'extraction naturelle. Toujours est-il que nombre de diamants de laboratoire sont produits avec de l'énergie renouvelable et que ce procédé industriel est appelé à s'améliorer.

La Genevoise Salomé Balli appartient à cette génération de joailliers qui misent sur les pierres de laboratoire. «Nos diamants sont cultivés en

Inde dans une usine certifiée, exclusivement à l'énergie solaire, explique celle qui a fondé la jeune marque de bijoux Niji. Quant à nos saphirs, ils sont produits localement à Monthey, en Suisse.» À partir de diamants et de saphirs de laboratoire de toutes les couleurs de l'arc-en-ciel et d'or recyclé, Salomé Balli, issue d'une longue lignée de bijoutiers, réalise des créations ludiques et personnalisables pour une génération qui remet en question les normes établies. «La nature est si belle et nous offre tant de cadeaux, mais il faut parfois la laisser tranquille. Pourquoi devrions-nous la détruire alors que nous pouvons obtenir exactement le même résultat sans l'affecter?» s'interroge la jeune-femme.

Même les bagues de fiançailles

Si la tendance est clairement issue des marques de niche, les signes qui la voient convaincre de larges publics sont nets. Même sur le marché américain très traditionnel des bagues de fiançailles et des alliances, ces LGD sont en plein essor. En juillet, Edahn Golan, analyste expérimenté de l'industrie diamantaire, a indiqué que 50% de tous les diamants en vrac vendus aux États-Unis provenaient de laboratoires.

Les marques de luxe se convertissent aussi à cette pierre disruptive. Pour son modèle de montre Super Chronomat Automatic 38 Origins, l'horloger Breitling recourt à des diamants de laboratoire de type IIa, considérés comme les plus précieux et les plus purs. D'ici à 2025, la marque souhaite terminer sa transition vers les diamants de laboratoire et l'or extrait de manière artisanale.

Dans une étude sur la joaillerie publiée en 2021 sur le site spécialisé *Business of Fashion*, Cyrille Vigneron, président et CEO de Cartier, relève que les diamants de laboratoire ont certes la même structure moléculaire que ceux extraits du sol, mais ils ne sont pas porteurs de la même d'histoire. Il a évidemment raison: il faut des millions d'années pour que mère Nature engendre un de ces fils remarquables de dureté et de transparence. En outre, un diamant taillé change en moyenne 66 fois de main avant d'orner l'heureux acquéreur d'un bijou. Cette trajectoire peut se lire comme un riche parcours de vie, mais elle garantit, souvent, la plus opaque obscurité en matière de traçabilité. Par contraste, un diamant de laboratoire ne connaîtra que 4 intermédiaires – ce qui présente aussi d'énormes avantages en termes de bilan carbone. «Un diamant prend la valeur que celui qui le porte lui donne», philosophe Salomé Balli. Ce n'est qu'à ce moment-là que la véritable histoire d'amour commence, que l'origine se trouve dans un laboratoire ou sous terre. ●



Les diamants de laboratoire sont à l'honneur sur notre site

REPORTAGE



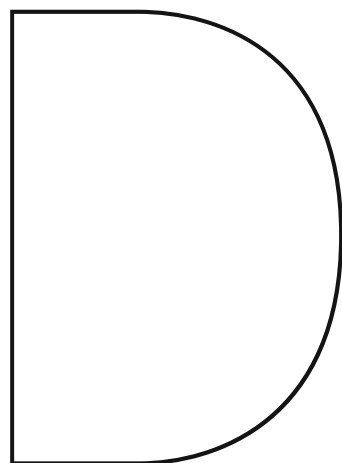
Les sacs de grains de café vert de Don Orlando Gallego, prêts à partir vers la centrale d'achat de Jardin.

AUX SOURCES

DU CAFE

LA COLOMBIE MISE SUR LA PASSION DE L'ARABICA POUR SÉDUIRE LES VOYAGEURS PASSIONNÉS DE GRANDS ESPACES.

REPORTAGE **RENATA LIBAL** PHOTOS **BORIS ALLIN**



ONA GLORIA accueille chaque aurore à la jumelle et parcourt la plantation de sa double focale ronde, à la recherche des colibris et autres tangaras verts ou rouges qui cherchent refuge dans les feuillages. Son domaine – sur place, on dit *finca* – s'appelle La Fortuna et compte 5 hectares, plantés surtout de café, mais aussi de bananiers, avocatiers, maïs... De sa ferme aux couleurs pimpantes, dans une exubérance de fleurs colorées, Dona Gloria surplombe la vallée et distingue,

au loin, le double clocher de la basilique de Jardin, un des hauts lieux de la culture caféière de Colombie, à près de quatre heures de route au sud de Medellin. Tiens, un toucan vient se poser dans l'avocatier, aux fruits ronds et gros comme des melons... Les oiseaux incarnent en quelque sorte le nouveau visage de la culture du café: ces quinze dernières années, maintes plantations colombiennes ont opéré une révolution dans la manière de travailler la terre, avec un virage spectaculaire vers la qualité des grains, la formation professionnelle et la compréhension intime des mécanismes environnementaux en jeu. Ces cultivateurs sont au cœur d'une myriade de projets pionniers, qui leur permettent en outre d'améliorer leurs revenus. Les oiseaux donc: leur recensement, au travers du comptage mais aussi d'enregistrements réguliers, fait partie d'une étude de l'université Cornell, qui établit ainsi un précieux index de biodiversité. «J'ai grandi dans une ferme, raconte Gloria Cano, la café est toute ma vie et je n'en voudrais pas d'autre.» Avec son mari Antonio Cano, elle a acheté ce domaine il y a vingt-cinq ans. L'un de leurs trois enfants, tous jeunes adultes, est aujourd'hui l'un de ces ingénieurs agronomes qui parcourent la région, en soutien des cultivateurs sur la meilleure manière de planter, soigner, récolter les précieuses cerises rouges. Un processus long et minutieux, puisqu'il faut environ 35 grammes de ces cerises pour constituer 5 grammes de café moulu, soit à peu près la quantité contenue dans une capsule Master Origins Colombia. Le rêve de Dona Gloria? Se perfectionner encore dans le recensement des oiseaux et voyager – peut-être, un jour – pour voir comment d'autres cultivateurs de café dialoguent et cohabitent avec les messagers ailés du climat.

La Colombie n'est pas le principal pays producteur de café au monde (il est troisième après le Brésil et le Vietnam et fournit près de 8% de la consommation mondiale), mais il s'est taillé une réputation d'excellence: ses 11,2 millions de sacs de 60 kg (en 2022) de café vert (comme on appelle les grains séchés) sont tous de l'arabica récolté à la main, la plus suave, la plus aromatique des variétés. L'impulsion vers le très haut de gamme vient clairement de Nespresso, un acteur-clé du marché, qui achète environ 10% de la production colombienne. L'entreprise suisse y a mis en place son programme AAA pour une Qualité Durable dès 2004, en collaboration avec les organismes locaux, dans une approche

qui allie les exigences de qualité aux principes d'une agriculture régénérative et d'une démarche humainement inclusive, centrée sur la lutte contre la pauvreté des cultivateurs et un accent particulier sur la formation des femmes, souvent chargées de la gestion économique. Sur place, 41000 fermes répondent à ces critères d'excellence et bénéficient ainsi d'une prime de qualité, avec le soutien de 200 agronomes, qui se déplacent de plantation en plantation, pour les aider à améliorer qualité et productivité, selon des pratiques agricoles durables. L'entreprise inventrice du café en capsule, en 1986, a en outre introduit des plans d'épargne pour la retraite, ainsi qu'un système d'assurance il y a deux ans, qui permet de lisser un peu les revenus en cas d'aléas météorologiques. L'effort se voit à l'œil nu. Il se perçoit à la magnifique qualité des grains, à la luxuriance des paysages où les fières rangées de caféiers rythment les coteaux de ces contreforts de la cordillère des Andes, mais aussi – et peut-être surtout – à cette lumière qui brille dans les regards de tous ces hommes et femmes qui vivent de la terre et se plaisent à imaginer les gorgées de plaisir noir qu'ils procurent au monde entier.

Un pays qui renaît de ses cendres

Il y a vingt ans, les campagnes colombiennes n'étaient que souffrance. La guerre interne entre le gouvernement et les FARC (Forces Armées Révolutionnaires de Colombie) a duré cinquante ans et occasionné 260000 morts, plus de 80000 personnes disparues et 7 millions de déplacés dans le pays. Pris en étau entre les diverses guérillas, les narcotrafiquants et les paramilitaires, le monde paysan avait peur. Les propriétaires terriens craignaient de se voir confisquer les domaines, de voir leurs jeunes réquisitionnés pour prendre les armes, peur des enlèvements, des exécutions sommaires, des exactions aléatoires. Si l'extrême sud demeure incertain et en proie à diverses échauffourées liées aux narcodollars, le reste du pays se relève de ses cendres avec une belle vitalité, depuis la signature des accords de paix en 2016 entre le gouvernement et les guérillas. «Tout a radicalement changé dans nos vies, raconte Edgar Cañaveral, 49 ans, à la tête de la finca La Gloria, avec son épouse Cristina Henao. Il y a vingt ans, la région était sous l'emprise de la tristement célèbre guérillera Kristina, connue pour sa cruauté. Il fallait payer, toujours payer, payer encore davantage pour espérer rester en vie dans sa ferme.» A l'époque, la ferme appartenait à son père et «la terre était si fertile que le moindre bâton planté germait», comme dit Edgar. Aujourd'hui, le sol s'est appauvri même dans ce paradis de la biodiversité qu'est la Colombie, mais les conditions de vie de la famille se sont spectaculairement améliorées: «Depuis dix ans que je fais partie du programme AAA, j'ai vu la qualité de mes cerises s'améliorer, la productivité augmenter sur les pentes raides de mon domaine, mes revenus grimper. J'ai pu financer les études de mon fils.» Les arbres prennent de la hauteur aussi, selon un programme de reforestation qui offre en outre un complément à la culture du café: plantain, avocat, curuba...

Le voyageur qui s'envole aujourd'hui pour la Colombie aura évidemment droit à quelques salves ironiques sur le ton de «si, à l'aéroport, on te demande de ramener un sac de farine en Europe, réfléchis à deux fois». Mais sur place, les campagnes ont accédé à une sérénité souriante et les cultivateurs se tiennent bien droit sous leur sombrero, fiers du travail accompli, de leur ferme coquette, de la peinture fraîche et joyeuse qui



Le café et la Colombie partagent **une histoire d'amour et de labeur** de plus de 300 ans.

recouvre la balustrade de cette véranda qui enlace le bâtiment. Il faut emporter dans ses bagages le roman de Héctor Abad, «La Secrète» (Ed. Gallimard, 2016, pour la traduction française). Le plus grand auteur colombien y raconte l'épopée d'une famille autour de cette plantation caféière dans laquelle des générations ont investi leur âme et qu'il est si douloureux de défendre contre les malfrats locaux, contre les jalousies, contre les tentations du monde moderne. A chaque page, on lit la puissance de cet attachement viscéral à la terre, à la culture d'un pays. Dans un café de Jardin, Santiago Echeverry Gomez, 21 ans, ne dit pas autre chose. Lui qui termine ces jours son travail de diplôme en gestions internationale à l'université de Manizales relève sa manche sur un tatouage à l'intérieur de son avant-bras: une branche de caféier et sa cerise, presque un rameau de la paix: «J'aime mon pays et je veux contribuer à sa prospérité, à sa renommée dans le monde, raconte-t-il. La cerise est notre plus bel ambassadeur.» Et le voilà, études pas même terminées, dans les plantations, à accompagner des visites. Une manière moderne de s'inscrire dans une tradition ancestrale.

Il n'est dès lors pas surprenant que la culture du café se positionne en belle place dans les attraits touristiques du pays, juste après les grands espaces qui attirent randonneurs et montagnards. Les deux approches ne sont d'ailleurs pas incompatibles, puisque les arbustes d'arabica se plaisent en altitude, avec des domaines souvent perchés à 2000 mètres au-dessus du niveau de la mer. Ce paysage unique par son escarpement et ses pics rapprochés a d'ailleurs été classé dès 2011 au patrimoine mondial de l'humanité comme paysage culturel. Le «triangle du café» comprend six régions distinctes (dans les départements de Caldas, Risaralda et Quindío) et représente le cœur de cet atout touristique, même si la même ambiance se retrouve ailleurs dans le pays.

La région d'Antioquia, au sud de Medellin, est proprement merveilleuse de nature luxuriante. Les infrastructures y sont souvent encore rudimentaires et il faut bien s'accrocher aux arceaux des petites jeeps Willy, ces 4x4 inspirés des anciens véhicules de l'armée américaine, seuls

à pouvoir accéder aux fincas par ces impossibles chemins qui escaladent les sommets à la verticale. Dépaysement garanti: les bourgs affichent de joyeuses façades aux couleurs bonbon et les fermiers en poncho parquent leur cheval devant le bar local. Les domaines s'équipent pour accueillir les visiteurs et arrondir ainsi les fins de mois. Ils incitent leurs hôtes à parcourir les coteaux à pic, ils montrent la surface de séchage où les grains épulpés attendent d'être mis en sac et amenés vers la centrale d'achat. A midi sera servi un savoureux sancocho, ce pot-au-feu mijoté au four à bois qui allie poulet ou bœuf à la banane plantain, au manioc et au maïs. Après ce copieux repas? Mais un *tinto*, voyons! C'est ainsi que se boit le café, localement: en version légère et filtrée, amplement sucrée à la panela, cette sorte de pain de sucre de canne à la saveur de mélasse. Le chemin est long entre ce breuvage du fond des temps et les expressos de nos matins européens, mais le café a pour vertu d'unir ceux qui le sirotent ensemble.

Trois siècles de saveur noire

Le café et la Colombie partagent une histoire d'amour, de richesse et de labeur depuis plus de 300 ans. L'arrivée des semences est attribuée aux bagages des Jésuites, au XVIII^e siècle. La légende veut que Francisco Romero, prêtre à Salazar de Las Palmas et sans doute amateur de saveurs relevées, imposait à ses paroissiens de planter des graines de café en pénitence de leurs péchés. L'idée aurait été reprise un peu partout dans le pays et, comme les arbustes originaires d'Ethiopie se plaisaient en ces climats, la culture s'est étendue à grande échelle avant le milieu du XIX^e siècle. Le café était alors le principal produit d'exportation du pays. Au début du vingtième siècle, chute des prix et crise mondiale, les grands domaines ont cédé la place à de petites entités: 96% du café colombien provient d'exploitations d'à peine plus d'un hectare. La réputation du café colombien tient aussi au charmant personnage de Juan Valdez, son sombrero et sa mule Conchita. Création marketing géniale des années 1950, ce cultivateur fictif incarne une marque du même nom, lancée par la FNC, la Fédération nationale des caféiculteurs de Colombie, pour mettre en valeur le trésor national. Cette excellence reste très réelle et Nespresso vante la saveur «équilibrée fruitée» de son Colombia, dans la gamme Master Origins. Actuellement, le café représente près d'un quart des revenus agricoles en Colombie et occasionne 730000 emplois.

Mais l'affaire n'est pas sans paradoxe. «Etrangement, nous produisons un café d'exception, mais nous n'y connaissons rien en saveurs», relève Alejandro Osses, journaliste et photographe colombien, spécialisé dans les documentaires sur l'alimentation. Il lève les yeux au ciel: «Le café que l'on boit partout a un goût de pneu de camion.» Les merveilleux grains s'exportent, alors que le café consommé sur place est de piètre qualité, souvent importé à bon marché. Si la culture en tant que telle est étudiée avec minutie, que les pratiques agricoles répondent à des critères environnementaux et qualitatifs pointus, le savoir-faire lié au si délicat processus de transformation en est à ses balbutiements. Nespresso, par exemple, torréfie et encapsule le café, pour la Suisse et le reste du monde, en dans ses centres de production d'Avenches, Orbe et Romont.

LE SECRET DES SAVEURS

CI-DESSUS La finca de Don Orlando Gallego s'inscrit dans un paysage exubérant, où l'accent est mis sur une culture qui encourage la biodiversité.

CI-CONTRE À GAUCHE Seule la cerise parfaitement rouge est prête à être cueillie et peut espérer atteindre le meilleur niveau de qualité, estampillé AAA par Nespresso.

CI-CONTRE À DROITE Après dépulpage et fermentation, les grains sont séchés à l'air libre, en une seule couche.



Des baristas inspirés au cœur des plantations

Reste que le voyage en Colombie aux couleurs du café passe désormais aussi par le plaisir du palais. Au centre de Jardin, loin de toute capitale et tout près de la basilique, un charmant café aux murs couverts de bégonias joue la carte internationale du barista inspiré. Au plafond pendent des tasses retournées en guise d'abat-jours et la carte des cafés a de quoi faire tourner la tête. Chez Macanas, on cultive l'art du café de niche, celui qui a poussé sur les collines voisines et a été suivi sur place, du séchage à la torréfaction, puis à la science expérimentale de l'infusion. Une annexe vient d'ailleurs d'ouvrir à Medellin. Alejandro Osses mentionne aussi les marques locales qui participent à réappropriation à petite échelle: les cafés Azahar, La Morella ou Libertario coffee roasters, qui décline des échoppes à comptoir entre Carthagène et Bogota... et jusqu'au Mexique. Et il y a aussi ce restaurant à Bogota, Salvo Patria, qui met le café à l'honneur, comme emblème d'une approche du produit local à son apogée, aussi en version cocktail ou sauce.

Mais retour à La Gloria, la plantation de café des environs de Jardin. Juan José, 18 ans, le fils d'Edgar et Cristina, se voit bien perpétuer la culture familiale... Mais autrement: «Ce qui m'intéresse, c'est d'expérimenter avec le café, s'enthousiasme-t-il, de faire ressortir les saveurs d'une manière subtile. Je préfère cela au travail de la terre.» L'ingénieure agronome Ana Maria Gil, conseillère pour cette ferme, acquiesce: «Pourquoi pas? dit-elle. Au moment de la fermentation, le mucilage se dissout et prend le goût de ce qui l'entoure. J'ai vu des essais avec des oranges... ou du whisky. Mais ne mise pas tout là-dessus, assure tes arrières...» Ces envies naissent de l'arrivée, encore timide, des touristes en ces régions reculées. Les goûts se confrontent, les idées naissent. Ainsi, à quatre pattes sur la terre grasse, le chef français étoilé Grégory Marchand apprend à planter un caféier. Invité par Nespresso, le patron de la chaîne Frenchie (dont une adresse à Verbier) n'est pas arrivé depuis deux heures qu'il se renseigne sur le degré exact de maturité des cerises, farfouille déjà en cuisine et goûte tout ce qui pousse à portée de main. «Je connais bien les subtilités de la torréfaction, mais je découvre tout ce qui se passe en amont, admet-il. Et Je suis très impressionné par la précision du processus de culture, de l'importance qu'y prend l'échange humain.» Il repartira avec quelques inspirations à ajouter à sa carte. Il a adoré le petit goût caramélisé des pains de panela à concasser. Il réfléchit à la manière d'associer café, avocat et plantain, qui doivent forcément s'entendre dans l'assiette puisqu'ils poussent côte à côte. Et se rappelle soudain d'une recette de marinade de viande à base de marc de café... Un univers qui s'ouvre.

En revenant de Colombie, chaque gorgée de café matinal réveille le souvenir de Dona Gloria et ses oiseaux, des rêves d'avenir de Juan Rosé, de Don Edgar cherchant les seules cerises vraiment rouges. Et que dire de l'aveuglante lumière de cette verdure si fougueuse dans le jour qui se lève? De ce colibri qui passe devant les yeux, rapide comme une illusion? Le café a décidément la saveur du voyage. ☉

L'expérience sur place



Au menu, des recettes traditionnelles et des produits locaux, comme l'avocat et la banane plantain.

Loin des chemins luxueux pavés par les grands hôtels étoilés, l'accueil touristique dans les campagnes colombiennes joue la carte de la sincérité et du charme. Les plantations de café en activité accueillent volontiers des visiteurs et, outre la visite du domaine, les orientent sur les activités de la région: randonnées, observation des oiseaux... et méditation les yeux vers l'horizon. C'est simple, mais coquet et confortable. Quelques adresses pour une immersion dépaysante.

La Palma y el tucan, dix cabanes modernes éparpillées dans la verdure, pour vivre l'aventure café à nonante minutes de voiture de Bogota. La plantation attenante fournit la marque de cafés de niche Libertario Coffee Roasters, distribués dans les coffee shops du même nom, à Bogota et Carthagène, ainsi qu'au Mexique et au Costa Rica. Location de vélos et cuisine d'inspiration italienne à base de produits très frais. Dès 130 fr. la cabane. lapalmayeltucanhotel.com

Mirador La Finca Morrogacho, une ferme pimpante avec une vue extraordinaire sur la nature sauvage. Cuisine végétarienne, à 4 km du centre de

Manizales, au sud de Medellin. Dès 50 fr. la chambre.

L'Hacienda Venecia, ferme de café à l'architecture traditionnelle, entre Medellin et Salento. Le boutique hôtel est complété par des bâtiments récents, de l'autre côté de la rivière, meilleur marché mais moins charmants. Ateliers de cuisine, piscine. Visites à la journée possibles aussi, au départ de Manizales. Dès 130 fr. la chambre. haciendavenecia.com

La Finca Villa Nora, au cœur du paysage culturel de café classé au patrimoine mondial, dans les environs d'Armenia, cette maison de plantation convertie en hôtel de charme cumule les éléments d'architecture coloniale: hauts plafonds, large véranda à colonnade. Hamac, piscine, vaste jardins tropicaux et vue sur les Andes. Dès 120 fr. la chambre, quindiofincavillanora.com

L'Hacienda Combia propose, dans le département de Quindio, près d'Armenia, un agrotourisme très soigné, avec un parcours didactique à la découverte du café et une ligne maison, nommée Inspiracion. Dès 65 fr. la chambre. combia.com.co

Les cuves rutilantes
de la brasserie
Pilsner Urquell, en
République tchèque.

10

MYTHES ALIMENTAIRES

ASSISTER À LA NAISSANCE DES
GOURMANDISES, LES REGARDER
SORTIR DES CHÂÎNES DE
PRODUCTION... ET LES MANGER.

TEXTE JULIE QUELOZ



1

Camargue (FR)

Casser la croûte avec les sauniers

Histoire Au cœur de la Camargue, le Salin d'Aigues-Mortes s'étend sur 8 hectares. Les sauniers y récoltent le sel à la main depuis des siècles. Un savoir-faire unique qui se transmet de génération en génération: Il faut environ dix ans pour maîtriser le métier.

Ce qu'on voit Le salin s'explore de plusieurs manières. A bord d'un petit train, à vélo (il est possible d'en louer sur place) ou encore à pied, le tracé de plusieurs kilomètres s'immerge dans un univers unique. Entre mer et marais salants, on y croise des sauniers qui nous livrent les secrets de leur métier. L'escapade peut se prolonger sur une journée, tant le territoire est vaste et la nature magnifique. Pour compléter ce tableau, l'endroit est aussi la première réserve de flamants roses en Europe.

Ce qu'on mange Les différents sels récoltés ici sont disponibles en boutique. Sel de cuisine, fleur de sel aux herbes aromatiques... De quoi retrouver l'authenticité de la Camargue dans son assiette. Ouvert au public du 5 mai au 14 novembre, réservation conseillée en ligne, visitesalineaiguesmortes.com

Pilsen (CZ)

Découvrir la bière ultime

Histoire Souvent copiée, mais résolument unique, la Pilsner Urquell est un mythe de bière blonde à fermentation basse. Sa saveur limpide et sa délicate nuance dorée ont été élaborées dès 1842, dans cette ville de Bohême proche de Prague, avec la complicité scientifique des meilleurs brasseurs bavarois. Aujourd'hui en mains japonaises (le groupe Asahi), la brasserie continue à rendre hommage à ce savoir-faire qui fait des miracles avec de l'eau de source douce, de l'orge et du houblon. Tous 100% locaux et exportés dans 56 pays.

Ce qu'on voit La visite prend presque 2 heures et passe par les chaînes modernes (12 000 bouteilles remplies à l'heure!) comme par les salles de brassage (ci-contre) et les 9 kilomètres de caves historiques, pile à la bonne température pour une fermentation optimale.

Ce qu'on boit Petite laine de rigueur pour goûter à même le fût la bière non-filtrée. A la sortie, boutique de bières et de produits estampillés vert et or. (R.L) Plusieurs tours par jour, en allemand ou anglais, 15 fr. Réserver sur prazdrojvisit.cz/en/contact



Plainfaing (FR)

Paradis des becs à bonbon

Histoire La confiserie artisanale des Hautes-Vosges est née en 1986 à Plainfaing, au cœur des Hautes-Vosges. L'aventure a débuté dans un atelier de 80m². Aujourd'hui la fabrique s'étend sur 2000 m², attirant plus de 260000 visiteurs par année! Tous les produits sont vendus sur place, sans intermédiaire, depuis les débuts.

Ce qu'on voit La visite passe par toutes les étapes de la confiserie. Au sein du laboratoire, le confiseur commente en live ce qu'il concocte. Entre les flammes qui lèchent les chaudrons en cuivre, les huiles essentielles et autres odeurs sucrées envoûtantes, les bonbons se forment sous nos yeux et en vingt minutes seulement, ils sont prêts à être emballés.

Ce qu'on mange Durant la visite, il est possible de faire une halte au cassage des plaques pour se laisser tenter: plutôt bourgeon de sapin des Vosges, eucalyptus, coquelicot ou briquette? Les plus gourmands emporteront quelques sachets avec eux en faisant un petit détour par la boutique, trouvant forcément leur bonheur parmi les 35 variétés disponibles.

Du lundi au samedi de 9h30 à 17h30, visite gratuite, départ toutes les 15 min., cdhv.fr

4 Bex (CH) Au cœur des mines de sel

Histoire Nichées au pied des Alpes, les mines de Bex abritent un véritable labyrinthe souterrain de près de 15 kilomètres. Au XVII^e siècle, pour pallier un manque de sel, les mineurs ont creusé des couloirs dans la montagne (à la main), en quête d'un réservoir d'eau salée. Ce patrimoine est devenu ensuite l'unique mine de sel de Suisse, où près de quinze tonnes de sel sont produites chaque année.

Ce qu'on voit Le train des mineurs (une attraction en soi) s'engouffre dans les profondeurs des mines et débouche sur un parcours souterrain d'environ 500 mètres à réaliser à pied. C'est au cœur de ces galeries que l'on découvre la production et le conditionnement de la fleur de sel. Attention à bien s'équiper, car les mines ont une température ambiante de 18 degrés tout au long de l'année.

Ce qu'on mange Un espace de dégustation à l'issue de ce périple propose un choix de préparations au sel des alpes, autant salées que sucrées.

Toute l'année, durée environ 1h45. Réservation en ligne fortement recommandée, mines.ch



Appenzell (CH) La plus secrète des liqueurs

Histoire C'est Emil Ebnetter qui crée cette liqueur aux herbes en 1902. Située dans l'Appenzell, la fabrique perpétue son savoir-faire depuis plus d'un siècle, gardant au sein de la famille la recette de son succès: seuls deux de ses membres en connaissent la composition exacte! Tout juste sait-on que 42 herbes et épices sont nécessaires... Une recette à succès, puisque l'Alpenbitter a remporté le titre de liqueur aux herbes de l'année 2022!

Ce qu'on voit La visite guidée lève le voile sur une partie des secrets bien gardés de la recette. A la découverte des précieuses herbes sélectionnées (que l'on peut humer et toucher!) pour cette boisson, on découvre petit à petit son origine et l'art de la distillation.

Ce qu'on boit La visite se termine par une dégustation. Il est possible d'y goûter non seulement le fameux Appenzeller Alpenbitter, mais également d'autres spécialités de la maison, comme des truffes au chocolat.

Visite en allemand, environ 1h30, chaque mercredi à 10h et le lundi à 16h du 3 avril au 30 octobre. Visite de groupe possible sur rendez-vous, appenzeller.com



6 Lari (IT) Viva la pasta toscana

Histoire Au cœur de la Toscane de carte postale, dans la vieille ville de Lari, se dresse un grand bâtiment jaune. Il s'agit de la petite fabrique de la famille Martelli, *pastai* (fabriquants de pâtes) depuis 1926. Ici, on préfère la qualité à la quantité et les pâtes sont faites uniquement à la main. Ce qu'une industrie peut produire en quelques heures à peine, Martelli le développe en une année. Pour preuve: il ne faut pas moins de cinquante heures pour sécher entièrement les spaghettis!

Ce qu'on voit Les portes de la fabrique Martelli sont toujours ouvertes au public. Lors de votre visite, un membre de l'équipe vous fera visiter les coulisses de cette production artisanale. Un véritable moment de simplicité et de partage au cœur d'une petite entreprise familiale authentique.

Ce qu'on mange Fusilli, maccheroni ou penne, une chose est sûre: pas question de rentrer les mains vides! On emporte quelques paquets de pâtes à cuisiner chez soi (et on appréciera la différence avec un produit industriel), et on n'oublie pas de prendre une photo devant l'entrée mythique de la fabrique.

Visite gratuite, famigliamartelli.it



Gruyères (CH) Admirer les belles meules

Histoire En terres fribourgeoises, tous les ingrédients nécessaires à la production d'un bon gruyère sont réunis. C'est la raison pour laquelle la fromagerie de démonstration s'y est implantée en 1969. Les fromagers y produisent jusqu'à 48 meules par jour, et les immenses caves permettent d'en affiner jusqu'à 7 000 en même temps.

Ce qu'on voit Un parcours sensoriel mettant en œuvre le toucher, l'odorat et l'ouïe résume le processus de création. On apprécie la vue panoramique autour de la salle de production, qui permet de suivre les fromagers dans leurs tâches étape après étape, du lait jusqu'au fromage, sans oublier le tampon final sur la croûte, gage d'authenticité AOP.

Ce qu'on mange Un petit emballage de 3 morceaux de gruyère fabriqué sur place et à divers stades de maturation est remis au départ de la visite. Idéal à déguster en contemplant les fromagers à l'œuvre!

Ouvert 7/7 de 9h00 à 18h30, fabrication du fromage entre 9h et 11h et entre 12h30 et 14h30. lamaisondugruyere.ch

8 Modène (IT)

Le chic balsamique

Histoire Fondée en 1910 dans les environs de Modène en Italie, la vinaigrierie (acetaia en italien) Marchi produit plusieurs vinaigres traditionnels. Résultat d'un savoir-faire intemporel, la production du vinaigre balsamique de Modène se perpétue depuis des années. Aujourd'hui, l'assortiment se décline même sous plusieurs formes inédites: confitures, compotes, sauces et autres produits à base de vinaigre y sont aussi élaborés.

Ce qu'on voit La visite débute par une promenade au cœur du vignoble, pour ensuite rejoindre la cave à vinaigre. On y découvre l'entier du processus de production du vinaigre balsamique de Modène: Pressage des raisins, cuisson du moût et visite du grenier où d'anciens fûts en bois conservent le précieux mélange.

Ce qu'on mange La dégustation du vinaigre balsamique de Modène se fait autour d'une table à l'issue de la visite guidée, avec un descriptif de chaque nuance proposée.

Du lundi au vendredi, à 11h et 14h15. Réservation au moins un jour à l'avance, acetaiamarchi.com



9 Modène (IT)

Dans le fief du parmesan roi

Histoire Du lait de vache, du sel, de la présure. Trois ingrédients pour un fromage mythique. La région regroupant diverses provinces aux alentours de Modène est le seul endroit au monde où est produit le parmesan original.

Ce qu'on voit La visite guidée permet d'assister à toutes les phases de travail du lait: la cuisson, le moulage du lait caillé et le salage. S'ensuit une visite de la cave d'affinage, où sont stockées les meules pour se bonifier au fil du temps. Après 12 mois, chaque meule fait l'objet d'une minutieuse expertise. Seules les meules conformes aux standards de qualité deviennent du Parmigiano Reggiano et continuent leur longue période d'affinage.

Ce qu'on mange Une dégustation permet de savourer divers modèles de parmesan. Les différents stades d'affinages qui y sont proposés donnent un aperçu de toutes les palettes de goût disponibles. L'occasion d'apprendre comment s'apprécient les différents fromages selon le temps qu'ils ont passé en cave.

Une vingtaine de fromageries proposent des visites guidées, parmigianoreggiano.com

10 Broc (CH)

L'iconique branche Cailler

Histoire La maison Cailler accueille les visiteurs à Broc pour leur faire découvrir les coulisses de son univers chocolaté. Si la maison a ouvert ses portes au public en 2010, l'idée du chocolat Cailler est née à Vevey en 1819 et la fabrique se dresse depuis plus de deux siècles au cœur de la Gruyère. De nos jours, plus de 300 000 chocolats y sont emballés et expédiés quotidiennement.

Ce qu'on voit Une première immersion audiovisuelle retrace l'histoire du chocolat, avant que l'usine n'ouvre véritablement ses portes. En longeant la salle des machines, où se mêlent anciennes et nouvelles technologies, on y découvre un processus de création unique: Celui des iconiques branches Cailler. On peut compléter l'expérience avec un atelier de fabrication ou... un escape game pour les plus aventureux!

Ce qu'on mange Dans son emblématique emballage bleu, vert ou rouge, la branche Cailler se déguste en cours de visite dès la sortie de production. A l'issue du parcours, un assortiment complet offre une dernière expérience remplie de gourmandises.

Ouvert 7/7 de 10h à 17h, cailler.ch/fr



Parme capitale du goût

Haut-lieu gastronomique implanté dans la région d'Emilie-Romagne en Italie, Parme a su exploiter un riche héritage culinaire et créer un nouveau type de tourisme. La région regorge de spécialités locales, de musées et d'événements autour d'un point commun: l'excellence des produits gastronomiques locaux.

Cette région s'est ainsi muée en *Food Valley*, et regroupe le plus grand nombre de spécialités gastronomiques de tout le pays. On retrouve parmi les plus cultes le Parmigiano Reggiano, le jambon de Parme, le Culatello ou encore le Salame Felino. Viennent se greffer à cette liste les tomates, les pâtes artisanales et le vin des collines. Pour développer cet attrait, chaque spécialité possède son propre musée: Le parmesan à Soragna, la tomate et les pâtes à Collecchio ou encore le jambon de Parme à Langhirano. Une

route du goût rassemble tous ces lieux et permet de développer ce nouveau tourisme. Mais la découverte culinaire ne s'arrête pas là, les produits sont aussi mis en avant au sein de nombreux événements. Des chefs de restaurants transforment les produits locaux en spécialités, des workshops et des shows culinaires sont organisés. L'Italie est d'ailleurs le deuxième pays le plus étoilé au monde après la France, et l'osteria Franciscana de Massimo Bottura se situe à Modène. L'offre gastronomique constitue aussi le futur de la région: l'université de Parme a lancé un programme sur la culture gastronomique et l'Ecole internationale de cuisine italienne (ALMA) forme des cuisiniers, sommeliers, pâtisseries et autres spécialistes de la restauration. Le patrimoine gastronomique n'a donc pas fini d'être célébré.

Les grandes marques de soin s'intéressent aux nombreuses vertus du froid sur notre organisme.



Ice Ice Baby

DES CRÈMES ET DES MASQUES QUI UTILISENT LE POUVOIR DU FROID POUR LIFTER, RÉDUIRE LES RIDES ET DONNER MEILLEURE MINE? LA CRYOTHÉRAPIE S'INVITE DANS LA COSMÉTIQUE.

TEXTE KATRIN ROTH

LES EXPERTS DU MAKE-UP comme Charlotte Tilbury ne jurent que par elle depuis des années. On raconte même que Kate Moss, lors de sa période «sauvage», se frottait régulièrement le visage avec des glaçons le matin pour retrouver rapidement une apparence plus fraîche après une nuit de fête. *Skin Icing*, c'est le nom de cette technique beauté, devenue totalement virale sur les médias sociaux. Hashtags, tutoriels ou témoignages de professionnels de la beauté, personne ne reste de glace face à cet engouement. «Sous l'effet du froid, la peau gagne en éclat et en fermeté, les pores sont resserrés, les gonflements et les cernes sont atténués, l'apparition des rides est retardée, la circulation sanguine est stimulée», détaille Marie-Hélène Lair, directrice de l'Innovation responsable chez Clarins, à propos des effets positifs du froid sur la peau. La méthode n'est toutefois pas vraiment nouvelle, poursuit cette experte: «Clarins a développé dès 1954 une vision avant-gardiste d'un nouveau domaine de recherche consacré au pouvoir du froid au service de la beauté.» A l'époque déjà, le fondateur de l'entreprise, Jacques Courtin-Clarins, avait en effet reconnu l'efficacité du froid pour prévenir les signes de l'âge et recommandait l'application quotidienne d'eau froide sur le visage et le corps afin de remodeler et de raffermir les tissus.

Les débuts de ce que l'on appelle la thérapie par le froid dans la médecine remontent encore plus loin, explique Danica Thalmann, créatrice du Glow System, de la start-up suisse Kailas, spécialisée dans la beauté. «L'effet analgésique du refroidissement de certaines parties du corps a déjà été documenté dans le *Canon d'Hippocrate* (VI^e siècle av. J.-C.-II^e siècle ap. J.-C.).» Sur la base de ces principes, la méthode a été utilisée à partir du XX^e siècle, selon Danica Thalmann, à d'autres fins médicales, notamment pour lutter contre des maladies chroniques telles que les rhumatismes, l'asthme ou les troubles neurologiques, ainsi que pour soulager les inflammations dues à des blessures et pour la récupération des sportifs de haut niveau. Ce n'était donc qu'une question de temps avant que l'industrie de la beauté ne reconnaisse et n'utilise les avantages du froid.

Les nombreuses innovations dans le domaine des soins de la peau montrent que le froid comme booster de beauté est bien plus qu'une simple redécouverte d'une tendance déjà ancienne. Alors qu'auparavant, son utilisation se limitait à nos pots, nos tubes et éventuellement nos rouleaux de jade au réfrigérateur pour renforcer leur efficacité, nous avons aujourd'hui à disposition de nombreuses nouveautés inspirées de la cryothérapie. Début 2022,

les boules remplies d'eau, voire d'eau florale, comme celles du Glow System de Kailas, qui sont d'abord placées au congélateur avant d'être appliquées sur la peau, ont été particulièrement populaires. A peine un an plus tard, ces accessoires souvent destinés à raffermir et à drainer la peau – très photogéniques! – enregistraient déjà plusieurs millions de vues sur TikTok. Et la tendance est à la hausse. La Britannique Charlotte Tilbury est allée encore plus loin avec le développement de son Cryo Recovery Mask, réutilisable, en silicone qui, grâce au froid et à l'acupression, est censé permettre de lifter les contours, de réduire les rides et de raffermir la peau. Et de nombreuses grandes marques, à l'instar de Lancôme ou de Dior, ont aussi développé des produits voire des gammes spécifiques, offrant à la cryothérapie un supplément de glamour.

Plongeon en eau froide

En raison du grand intérêt de la clientèle, toujours plus de marques misent aujourd'hui sur des substances actives à effet rafraîchissant, que ce soit pour réduire les gonflements du visage, revigorer les jambes fatiguées, affiner les pores ou rajeunir la peau. Clarins a par exemple lancé cet été le Cryo-Flash Cream-Mask, doté d'une technologie spéciale qui refroidit temporairement la peau de plusieurs degrés et promet un effet lifting à long terme. Les fans de beauté les plus assidus complètent cette routine par une autre tendance bien-être, rendue célèbre par le Néerlandais Wim Hof, le fameux «Iceman»: des bains froids en lac ou rivière ou – moins violent – des douches froides régulières. Des habitudes censées renforcer le système immunitaire, raffermir le tissu conjonctif et stimuler aussi bien la production de collagène que l'élimination des graisses. Combiné à la libération d'hormones du bonheur induite par l'expérience en elle-même, cela donne un rituel de beauté qui ne coûte pas un sou, et qui vaut vraiment la peine d'être essayé. ☺

1. Lait corporel bergamote et citronnelle, **Dr. Hauschka**, 28 fr./50/145 ml.
2. Cryo-Flash Cream-Mask, **Clarins**, 12 fr./100 ml.
3. Soin yeux hydratation givrée Hydra Life, **Dior**, env. 68 fr./15 ml.
4. Total Eye Treatment, essence rafraîchissante et crème riche et fondante, **Sensai**, 183 fr./35 ml.
5. Base rafraîchissante perfectrice à l'épilobe Original Skin, **Origins**, 30 fr./60 ml.
6. Rose Sorbet Cryo-Mask, masque lissant parfaiteur de pores, **Lancôme**, env. 50 fr./50 ml.
7. Soin SOS fraîcheur pieds menthe givrée, **The Body Shop**, 20 fr. 95/100 ml.
8. Masque gel rafraîchissant hydratant Hydraskin, **Darphin**, env. 50 fr./50 ml.



Visite au labo

DE NOUVELLES MARQUES DE BEAUTÉ SUISSES MISENT SUR DES RECHERCHES SCIENTIFIQUES DE POINTE, AVEC ÉCOLES POLYTECHNIQUES EN TOILE DE FOND.

TEXT TINA BREMER

L'ÉTROIT COULOIR et son alignée de portes fait un peu penser à une aile de prison. Ce n'est pas très loin de la réalité: Le professeur Michael Detmar tape sur un hublot et dit en souriant: «Les fenêtres sont en verre renforcé et les portes sont blindées.» Mais toutes ces précautions n'ont pas été mises en place pour éviter que quelqu'un ne s'échappe. C'est derrière les murs bien sécurisés du campus de l'École polytechnique fédérale de Zurich (ETH) qu'ont été développés les produits de la première spin-off de l'institution consacrée aux soins de la peau... Et dans un laboratoire, il peut arriver que des expériences tournent mal.

Heureusement, tout s'est bien passé pour la ligne de soins IRÄYE, lancée en 2022, et dont le mode d'action est unique au monde, selon Micheal Detmar: «Nous ne faisons pas de cosmétiques standards. Nos produits sont les seuls à activer le système vasculaire lymphatique.» Ce réseau de vaisseaux est – grosso modo – le système d'élimination des déchets de l'activité cellulaire. «Nous avons constaté que les vaisseaux lymphatiques vieillissent eux aussi, ils deviennent plus perméables. Des inflammations se produisent alors dans la peau et les fibres de collagène sont détruites», explique le dermatologue. C'est précisément là qu'interviennent les produits végétaliens d'IRÄYE: le complexe Lymphactive breveté parvient à réparer et à activer le système vasculaire lymphatique, jusqu'à 250 %. Un biorétinol qui agit comme un rétinol mais n'irrite pas la peau, un triple acide hyaluronique, de la niacinamide, de la vitamine E et un extrait de fèves de cacao fournissant de la vitamine C assurent un effet de rajeunissement supplémentaire. Derrière le sérum, la crème et la crème pour les yeux se cachent plusieurs années de recherche: «J'ai fait de la recherche sur le système lymphatique pendant douze ans à l'université de Harvard à Boston et j'ai également développé des brevets pour Shiseido. A l'EPFZ, j'ai travaillé sur un médicament qui aide à lutter contre le lymphœdème. J'ai alors découvert des principes actifs végétaux à partir desquels nous avons développé IRÄYE. Pour la plupart des produits cosmétiques, il y a une idée qui devient un produit, pour nous c'était l'inverse: nous avons découvert quelque chose et l'idée est née de là.» En plus de leur propre boutique en ligne et des instituts de beauté, les produits sont également vendus dans le grand magasin londonien Harvey Nichols et chez Niche Beauty. La Shaping Body Cream est toute nouvelle, un cleanser et des patchs pour les yeux viendront élargir la gamme l'année prochaine. «Nous ne voulons pas lancer des dizaines de produits sur le marché, mais seulement ceux dont on a vraiment besoin», explique Michael Detmar.

La jeune start-up genevoise Duolab, qui appartient au groupe français L'Occitane, fournit carrément un «minilaboratoire» à domicile: ce formulateur développé par Rowenta mélange chaque jour un soin personnalisé. Ainsi, la crème n'est pas seulement exempte de conservateurs, elle est aussi adaptée aux besoins individuels de la peau – avec l'aide d'une intelligence artificielle. Toutes les deux à trois semaines, un diagnostic de la peau est effectué en ligne ou un conseil personnalisé est donné. En fonction du résultat, un duo de soins est inséré dans le formulateur: une capsule avec une base hydratante et une capsule avec un booster concentré. Selon la combinaison, 25 formulations différentes sont possibles. L'appareil mélange les deux substances de soin et les réchauffe à la température du corps. Les substances actives peuvent ainsi être mieux absorbées par la peau. La préparation de ce soin personnalisé ne prend que 90 secondes, à peine le temps de se brosser les dents.

La Suisse, ce terreau fertile pour les start-up

Au cours des trois dernières années, la Suisse a vu émerger plusieurs marques de beauté innovantes. Parmi elles, Timeline, lancée par Chris Rinsch et Patrick Aebischer, ancien président de l'École Polytechnique fédérale de Lausanne. Etablie dans le parc de l'innovation de l'EPFL, elle vient de développer une gamme de soins, baptisée Timeline Skin Health, conçue pour aider à réduire le déclin cellulaire lié à l'âge grâce à un nutriment, Mitopure®, qui favorise le renouvellement des mitochondries, les «centrales énergétiques» des cellules.

La marque pour hommes Jungkraut a développé de son côté une Swiss Nature TECH Technology pour des produits naturels très efficaces, et le label Rebelle, lancé par Fabienne Bollinger, a fait breveter sa formule active OM24® contenant de la plante



Les laboratoires suisses à la pointe de l'innovation, aussi en matière de cosmétiques.



de thé *Camellia sinensis*. «Le label *Swiss Made* a un effet positif. Les produits qui viennent de Suisse sont synonymes de qualité et de durabilité dans le monde entier», explique Michael Detmar. Et l'avenir s'annonce radieux. Selon le portail d'analyse de données Statista, le chiffre d'affaires du marché allemand des cosmétiques et des soins corporels s'élevait à près de 15,8 milliards d'euros en 2022, et on prévoit pour cette année une augmentation à 17,14 milliards d'euros – une tendance à la hausse. Même – ou peut-être surtout – en période de difficultés économiques, le selfcare a le vent en poupe. Mais les petites marques suisses peuvent-elles s'imposer à long terme sur un marché dominé par les multinationales? Michael Detmar en est convaincu: «Les sept plus grands acteurs possèdent environ 70 % du marché. Il y a donc encore suffisamment de place pour les produits de niche.» La Suisse offre un terrain idéal pour les start-up. Pour la douzième fois consécutive, le pays s'est classé en 2022 à la première place du Global Innovation Index de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI), qui mesure la capacité d'innovation de tous les pays du monde. e

1. Alpine Performance Face Fluid, crème légère et hydratante pour le visage, **Jungkraut**, 56 fr./50 ml.
2. Kit de démarrage avec formulateur et 2x28 capsules pour 28 jours, **Duolab**, 208 fr.
3. The Beauty Balm SPF 25, crème de jour teintée anti-âge, **Rebelle Beauty**, 50 Fr./30 ml.
4. Cellular Nutrition Mitopure®, **Timeline**, 200 Fr./120 gélules (2 mois).
5. Precious Cleansing Oil Glow Booster Complex, huile nettoyante pour l'éclat de la peau, **Oqua**, 38 Fr./100 ml.
6. Shaping Body Cream, pour plus de tonicité, **IRÄYE**, 125 Fr./150 ml.

Matière grise

ÉTERNELLEMENT ÉLÉGANTE, CETTE COULEUR RETROUVE UNE PLACE DE CHOIX DANS NOS DRESSINGS POUR AFFRONTER LES FRIMAS.

SÉLECTION ENDRIT NURCAJ



- 1. Blazer Gelso, **The Frankie Shop**, 363 fr.
- 2. Pull Lambeth, cachemire, **The Row**, 1550 fr.
- 3. Legging en laine, **Loro Piana**, 1630 fr.
- 4. Lunettes Rosco aviator, **Tom Ford**, 298 fr.
- 5. Pochette Flamenco, cuir, **Loewe**, 2045 fr.
- 6. Pendentif Tiffany Lock, or blanc, **Tiffany&Co**, env. 4000 fr.
- 7. Chaussures Didi 45, cuir verni, **Jimmy Choo**, 720 fr.

- 1. Manteau en laine **Bottega Veneta**, 4970 fr.
- 2. Pull en alpaga et laine vierge, effet chiné, **Jil Sander**, env. 1300 fr.
- 3. Pantalon slim en laine et mohair, avec plis, **Prada**, 1620 fr.
- 4. Parfum MYSLF, **Yves Saint Laurent**, rechargeable, 99 fr. 40 (60 ml).
- 5. Echarpe en laine (longueur 2,3 m.) **Y/PROJECT**, 199 fr.
- 6. Baskets SL61, cuir et daim, **Saint Laurent**, 658 fr.

THEORY

MICHAEL KORS COLLECTION



Zoë Kravitz

TOP MODEL, ACTRICE, MUSICIENNE, RÉALISATRICE ET AMBASSADRICE BEAUTÉ, L'AMÉRICAINE S'AVENTURE SUR TOUS LES TERRAINS AVEC SÉRIEUX ET TALENT.

PROPOS RECUEILLIS PAR ESTELLE LUCIEN

POUR LES UNS elle est la dernière des Catwoman dans *The Batman* (2022), pour d'autres c'est celle qui chante... *Every Fuckin' Day*. Elle est aussi l'ambassadrice beauté Yves Saint Laurent et le visage du parfum Black Opium, et ce depuis 2018. A 35 ans, la fille de Lenny Kravitz s'est fait un prénom et enchaîne les aventures, qu'elles soient dans le domaine de la musique ou du côté du grand écran. Après avoir longtemps évolué face caméra, c'est derrière qu'elle œuvre désormais, pour diriger et écrire le scénario de son tout premier long métrage, un thriller intitulé *Pussy Island*, avec Channing Tatum, qui sortira prochainement.

Vous êtes le visage du parfum Black Opium d'Yves Saint Laurent. Lui êtes-vous fidèle?

Je suis le visage du parfum et je l'adore. Je suis plutôt fidèle aux fragrances, car elles nous font se sentir à la maison. Surtout si on voyage. J'aime porter *Black Opium* (2), encore et encore.

Avez-vous une routine beauté?

Je lave et j'hydrate mon visage matin et soir. Ensuite, au niveau du maquillage, je fais un «couture brow» (ndlr: *brosser et définir ses sourcils au moyen d'un crayon*), j'applique du crayon à lèvres. Si je veux quelque chose d'un peu plus soutenu, j'utilise le fond de teint All Hours d'Yves Saint Laurent, qui permet de jouer avec les intensités.

Y a-t-il un objet qui ne vous quitte jamais?

Ma Couture Clutch! C'est comme une sorte de bible, toujours prête pour une retouche, c'est parfait si on est en déplacement. C'est probablement l'objet le plus glamour que j'ai toujours avec moi.

Vous êtes mannequin et actrice, quand et comment rechargez-vous vos batteries?

Je suis très occupée mais il y a certains moments dans la journée qui sont sacrés. J'aime passer la soirée à regarder une série ou écouter de la musique.

Qu'est-ce qui tourne en boucle dans votre playlist?

J'écoute beaucoup les Beatles. Et, en ce moment, *Sinéad O'Connor* (1). Je viens de voir son documentaire et j'ai été très inspirée.

Un film que tout le monde devrait regarder une fois dans sa vie?

Je viens de regarder *Fame* (3), c'est vraiment un film magnifique et je ne l'avais plus vu depuis des années. Ça m'a rappelé à quel point il est merveilleux. Tout le monde devrait le regarder à un moment ou un autre.

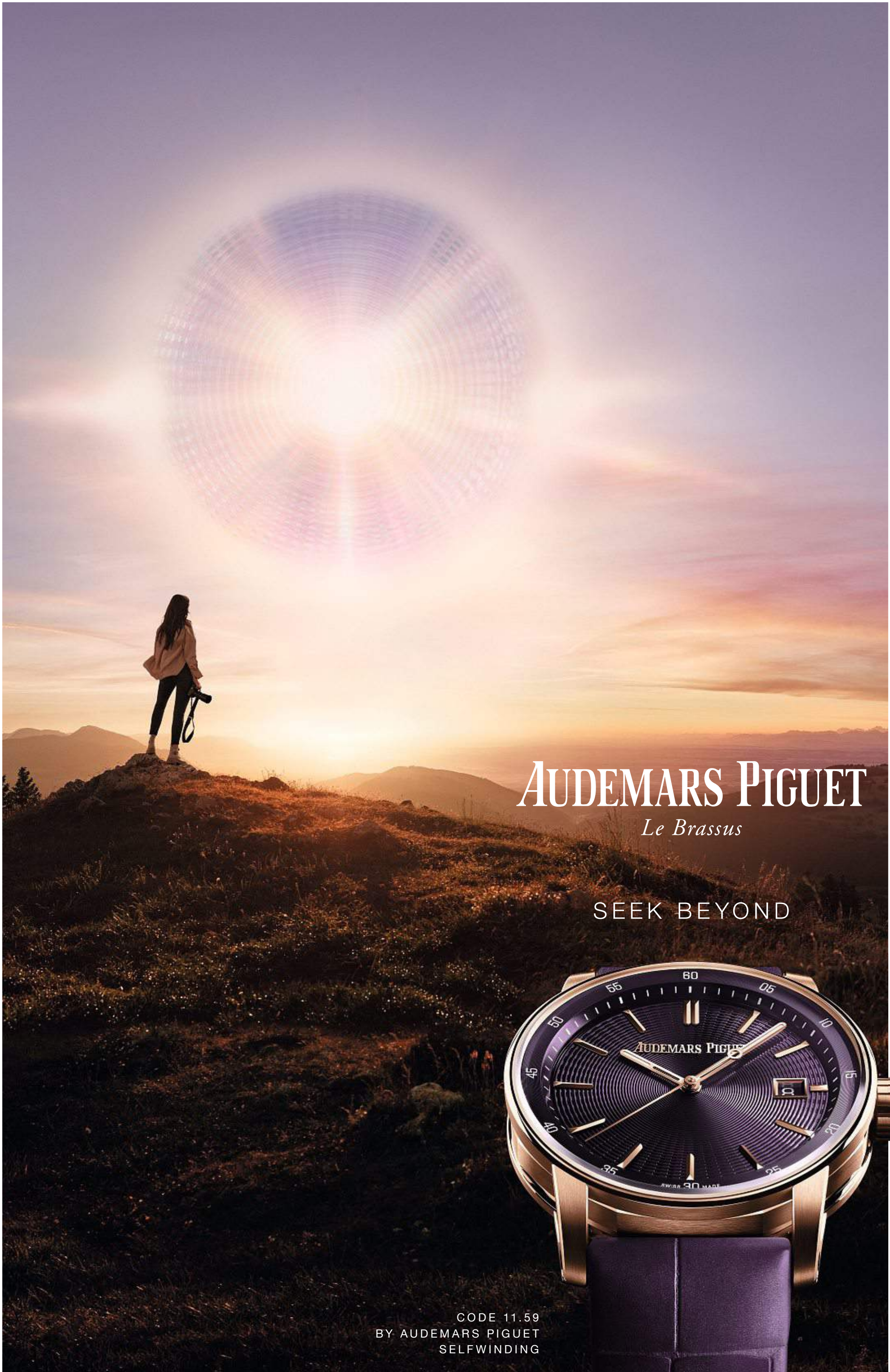
Comment faites-vous pour garder la forme?

Je fais du *Pilates* (4) et j'essaie de bouger beaucoup, que ce soit à vélo ou en marchant beaucoup. J'habite *New York* (6), donc je fais mon cardio en me déplaçant.

Qu'est-ce que vous aimez manger?

J'adore les *sushis* (5) et la nourriture thaïlandaise, principalement la nourriture épicée, en fait. ☺





AUDEMARS PIGUET

Le Brassus

SEEK BEYOND



CODE 11.59
BY AUDEMARS PIGUET
SELFWINDING