

encore!

LE MAGAZINE STYLE | LE MATIN DIMANCHE

ÉVASION

L'architecture
de l'extrême
en Norvège

GASTRONOMIE

Les saveurs
inédites de
la mer du Nord

MONTRES

Ces cadrans
verts qui figurent
la nature

AVENTURE

Clash des saisons: déjà envie de tops
très courts et de robes qui s'envolent



FÉVRIER 2024

 Le Matin
Dimanche

LIMITED EDITION
IQOS ILUMA
STARDRIFT

OUT OF THIS WORLD



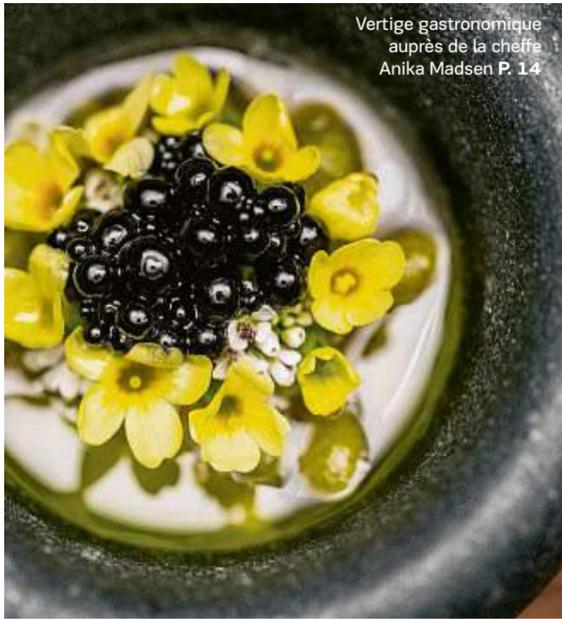
Acheter maintenant
sur [IQOS.com](https://www.iqos.com)

Destiné uniquement aux fumeurs adultes.

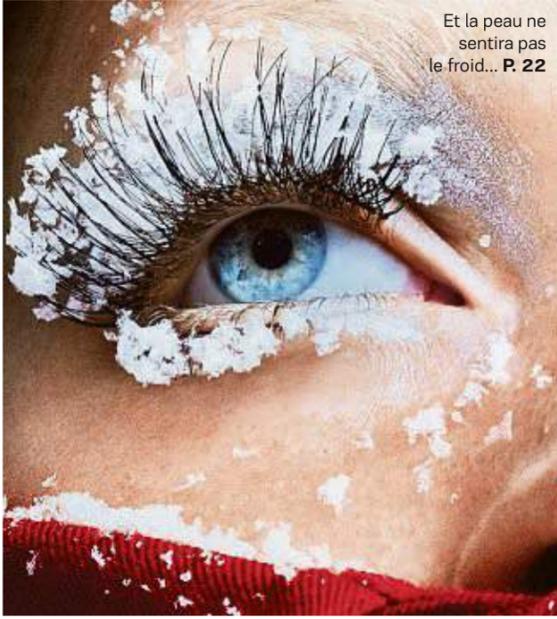
Ne pas ingérer ou désassembler les SMARTCORE STICKS™. Ce produit contient une pièce métallique tranchante qui peut provoquer de graves blessures si avalée. Tenir hors de portée des enfants. Plus d'informations sur [iqos.com](https://www.iqos.com)


IQOS
TOGETHER. FORWARD.

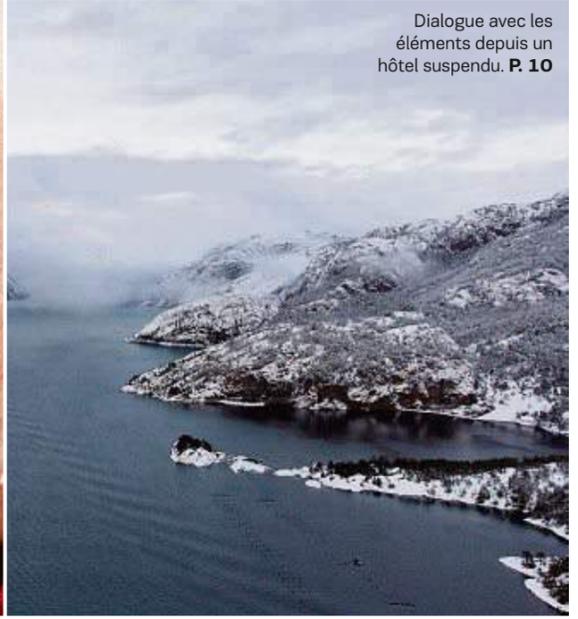
Dieses Tabakerzeugnis kann Ihre Gesundheit schädigen und macht abhängig.
Ce produit du tabac peut nuire à votre santé et crée une dépendance.
Questo prodotto del tabacco può nuocere alla tua salute e provoca dipendenza.



Vertige gastronomique
auprès de la cheffe
Anika Madsen P. 14



Et la peau ne
sentira pas
le froid... P. 22



Dialogue avec les
éléments depuis un
hôtel suspendu. P. 10

Aventure | Février 2024

SUJETS

8 Montres

Le vert, couleur du printemps, règne sur les cadrans

10 Reportage

Entre cascades gelées et folles architectures: féerie norvégienne

22 Beauté

Des soins pour défier les sommets en toute sécurité

23 Ses goûts

Les territoires mode et sport de Sophie Lacoste

RUBRIQUES

4 Merveilles: un pinot ni noir ni gris, une eau redevenue pure, des électrodes qui défatiguent, etc. 7 Renaissance d'un mythe joaillier à St-Moritz 9 Cinq raisons d'aimer les pictogrammes 21 Une voiture électrique chic



Débardeur en biais en lycell. Pantalon large et parka en coton tumbled. Sac Carridge en cuir à tannage végétal ristretto. Le tout, Lemaire. P. 16



COVER

Haut corset en toile GG camel et ébène avec fermeture zippée dans le dos. Pantalon de jogging en toile de coton GG avec poches à rabat. Tour de cou en cuir noir avec pendentif en métal et palladium. Ceinture en cuir avec chaîne et détail G en argent. Bottines Lug en cuir avec zip frontal. Le tout, **Gucci**.

PHOTOS
Antoine Henault

STYLISME
Simon Pyllyser

Changement de saison

ÉTÉ, JOIE ET CÉLÉBRATION: pour une fois, la neige a bien joué son rôle et les sommets, en début d'année, se sont sagement conformés à l'imagerie de l'hiver helvétique. Si réjouissante que soit cette sensation de la bonne ambiance au bon moment, elle ne change rien au fond de l'affaire: les stations se réinventent une identité hors des clichés et cherchent à peaufiner leur désirabilité dans l'entre-saison. Paradoxalement, cette nouvelle approche induit un radical changement d'émotions: la montagne en novembre ou mai n'a rien à voir avec ce confort vert (été) ou blanc (l'hiver) si rassurant. On y découvre la roche à l'état brut, une grandeur un peu intimidante loin de la foule, un vertige de nouveau venu face à ce paysage



Renata Libal,
rédactrice en chef

familier soudain devenu aventureux. C'est exactement ce qui se passe actuellement en Norvège (lire le reportage en p. 10). Les touristes y affluent en masse à la belle et douce saison, mais c'est maintenant que l'expérience est la plus envoûtante, entre congères, fjords gelés et arbres nus dont les silhouettes se détachent en mystérieux camaïeux de gris sur gris. Il fait froid, certes. Mais quel merveilleux contraste entre la glaciale obscurité des jours courts et le crépitement d'un feu joyeux dans l'âtre de l'hôtel. Quel luxe aussi que cette solitude dans l'immensité, ce sentiment de traverser le miroir du réel pour entrer dans la carte postale. Il suffit parfois d'aller à rebours de la foule, pour redécouvrir le monde et transformer un petit voyage en équipée extraordinaire. Magie de la basse saison...



Maintenant aussi en ligne sur www.encore-mag.ch

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 **Édition:** Julien Pidoux, Loyse Pahud **Mise en pages:** Géraldine Dura (directrice artistique) **Image:** Endrit Nurcaj **Ont participé à ce numéro:** Textes: Charles-André Aymon, Mathilde Binetruy, Katrin Roth, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Photos:** Antoine Henault **Stylisme:** Simon Pyllyser **Illustrations:** André Gottschalk **Production alémanique:** Tina Bremer **Site internet:** Julie Queoz **Secrétariat:** Isabelle Heinrich **Photolithographie:** Photomedia **Impression:** Swissprinters AG, Zofingue **Marketing:** Nunzia Barral **Responsable commercial:** Annina Flückiger **Publicité Print Suisse romande:** Goldbach Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50, publicite.lausanne@tamedia.ch **Publicité Print Suisse alémanique:** Goldbach Publishing AG, Werdstrasse 21, 8021 Zurich, tél. +41 44 248 42 30, anzeigen@encore-mag.ch, advertising.tamedia.ch **Indication des participations importantes de TX Group AG selon l'article 322 CPS:** StGB: Actua Immobilier SA, AWI AG, 20 minuti Ticino SA, Berner Oberland Medien AG BOM, CAC AG, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, DJ Digitale Medien GmbH, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA Inc., dreifive AG, Konstanz, dreifive GmbH, Wien, dreifive (Switzerland) AG, dreifive digital marketing GmbH, dreifive Betteilungsmanagement GmbH, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich 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 Neo OOH AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Publishing AG, Goldbach SmartTV GmbH, Goldbach TV (Germany) GmbH, Goldbach Video GmbH, Helping Switzerland AG, Infotrak AG, Interpuli AG, Jaduda GmbH, JobCloud AG, JobCloud HR Tech GmbH, LZ Linth Zeitung AG, MetroXpress Denmark A/S, OFEX AG, Plakanda GmbH, Plakatron AG, Schaer Holding AG, Schaer 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-Noví Beograd, TX Services, Unipessoal Lda, Zattoo Deutschland GmbH, Zattoo Inc., Zattoo AG, Zürcher Oberland Medien AG **Tous droits réservés.** En vertu des dispositions légales relatives aux droits d'auteur ainsi qu'à la loi contre la concurrence déloyale et sous réserve de l'approbation écrite de l'éditeur, sont notamment interdites toute réimpression, reproduction, copie de texte rédactionnel ou d'annonce ainsi que toute utilisation sur des supports optiques, électroniques ou tout autre support, qu'elles soient totales ou partielles, combinées ou non avec d'autres oeuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.



La start-up lausannoise qui valorise l'eau de robinet se profile comme le partenaire idéal des grandes tables.

GASTRONOMIE

Eau là là!

Sommelier d'eau: voilà une nouvelle profession pour Yann Fergeau, spécialisé en dégustation de vins et de champagnes. Il a aujourd'hui rejoint la start-up lausannoise BE WTR, fondée par Mike Hecker en 2020. Celle-ci propose un triple filtre pour purifier et oxygéner l'eau de robinet, supprimant ainsi les dispendieuses bouteilles qui circulent de par le monde et introduisent souvent des microparticules de plastique dans nos gosiers. «Sentez cette douceur, s'enthousiasme Yann devant ses verres à dégustation. Un système de vortex dans le filtre active les molécules et restitue à l'eau sa qualité de source, tout en préservant les minéraux de chaque terroir.» De fait, la texture de l'eau



Ce filtre à trois étapes et sa bouteille de verre ont obtenu le prix de design Red Dot 2023. Le designer? Le Suisse Antoine Cahen.

de robinet optimisée s'avère délicieusement soyeuse. Les papilles sont comme ouvertes à sa caresse, et la perception des saveurs – du vin, du chocolat noir, de l'huile d'olive – y gagne en subtilité et longueur en bouche. Outre les bienfaits pour la santé et l'écologie, la vertu gustative explique que cette eau que chacun peut fabriquer chez soi se retrouve sur bien des tables de haute gastronomie. Le mois prochain en Norvège, ses bouteilles design accompagneront la demi-finale du Bocuse d'Or, le plus prestigieux des concours de cuisine. La petite BE WTR vient de détrôner... San Pellegrino, comme partenaire principal. *Renata Libal*
www.bewtr.com dès 3232 fr. ou 99 fr./mois

BONNE BOUCHE

Pinot blanc... comme neige



PAR PIERRE THOMAS

Il y a 150 ans que les ampélographes, les scientifiques des cépages, ont pu tirer au clair la diversité des pinots. Ainsi le «blanc», né d'un accident génétique de la vigne, ne diffère du «noir», cépage le plus répandu de Suisse, que par la couleur du raisin et non la forme des feuilles ou le développement végétal. Cette mutation naturelle n'est cultivée en Suisse que sur 112 hectares, dont 15 vaudois. Le pinot blanc pâtit de la comparaison avec le chardonnay, plus productif, avec lequel il fut longtemps confondu, et avec le pinot gris, réputé de qualité supérieure. Il n'empêche, le pinot blanc subsiste dans les régions tempérées comme l'Alsace, le Trentin, l'Europe centrale et la Suisse, donc. Au château de Crans, beau domaine de La Côte vaudoise dominant le lac, il n'y a ni chardonnay ni pinot gris sur les 13 hectares où cohabitent, en blanc, chasselas, doral, gewürztraminer, viognier et même, fait rare, riesling! Ce dernier est un souvenir ramené d'Allemagne par le vigneron, Gilles Pilloud, désormais appuyé par un nouvel œnologue tessinois, Michele Camponovo. Celle qui l'a précédé a bichonné cette sélection 2020 élevée un an en barriques de 300 litres, de chêne déjà patiné par l'usage pour en atténuer les notes vanillées et grillées. Délicatement floral, d'une texture soyeuse, marquée par les fruits blanc (la poire) et jaune (la mangue), appuyée par une richesse certaine (près de 14% d'alcool), ce pinot blanc, qui n'a pas subi de deuxième fermentation, pour lui conserver du nerf, se

boit tant à l'apéritif que durant un repas, «ce qui en fait son succès», se félicite le vigneron. Il a su faire évoluer le domaine vers le «bio bourgeon», certifié et affiché dès le millésime 2021, avec une orientation vers la biodynamie. Sur la livrée noire relookée, la médaille d'or au 26^e Mondial des Pinots, à Sierre, sied à merveille à cet élégant flacon.



L'étiquette: Pinot blanc 2020 en barriques
Le prix: 22 fr./75 cl
L'adresse: www.chateau-de-crans.ch

DESIGN

Osmose organique

A priori, la pierre et le bois ne sont pas plus amis que cela. Or la toute nouvelle collection Palatine, de l'éditeur de meubles français Roche Bobois, célèbre en grande élégance leur union symbiotique. La table à manger (*ci-contre*), comme le buffet, intègrent le bois de noyer et le marbre travertin dans une merveilleuse fluidité, comme si les deux matières avaient poussé ensemble, dans un enlacement spontané. Ce travail est l'œuvre du designer Christophe Delcourt, qui impose, depuis vingt ans, son regard très attentif à la nature, à ses courbes, à l'unicité de ses matières, à la beauté de ses imperfections. Le travertin, en l'occurrence, est poli mais non traité, pour rester au plus près de sa vérité. L'inspiration, elle, vient de l'Italie monumentale, celle des palais qui font rêver de grandeur. *R.L.*
 Collection Palatine, Roche Bobois, table (9920 fr), buffet, sofa, fauteuils.





Dans le Spa Dior du Plaza Athénée de Paris, on trouvera les soyeux produits de Babette.

BEAUTÉ

Nuage de douceur

Il est petit, mignon, doux et velu, il s'appelle Fluffy et, non, il n'est pas un animal de compagnie. Ce gant de démaquillage représente ce qui se fait de mieux dans le genre, avec sa fibre tricotée plutôt que tissée, conçue pour que chaque bouclette explore le visage humain dans toutes ses aspérités, et ce, en exquise délicatesse. Ce n'est pas parce qu'un objet relève de l'usage le plus humble, qu'il ne mérite pas la plus haute attention... Voilà, depuis 1989, la conviction de l'entrepreneuse biennoise Babette Keller Liechti, laquelle s'est d'abord taillée une réputation d'excellence dans l'industrie horlogère, grâce à ses textiles en microfibre destinés à manipuler les montres



Le gant Fluffy mini pour les peaux ultrasensibles représente la haute couture du genre.

sans les marquer d'empreintes digitales. La pétulante Babette a d'ailleurs été récompensée par le prix Veuve Clicquot de la femme d'affaires. Cette dernière décennie, son entreprise s'est diversifiée dans le monde de la beauté, pour contrer l'absurdité des tonnes de rondelles en coton qui finissent à la poubelle, chargées de maquillage. Son produit si abouti fait, ces jours, son entrée en fanfare dans les spas Christian Dior, ce qui équivaut à un oscar de la beauté pour la petite entreprise romande. Certaines textures exfolient, d'autres nettoient. Le vrai luxe se cache dans les détails... *R.L.*

Sur babetteswitzerland.com dès 16 fr. 90, et dans les spas Dior.

SHOPPING

Envie d'ailleurs



Un manteau ancien entièrement brodé – une pièce unique originaire d'Iran. Une veste en velours de soie teinte selon la technique artisanale de l'ikat. Ou alors une chemise indienne à imprimé cachemire? Dans le cocon luxueux qu'est la station de Gstaad (et depuis peu à Zurich et Genève), la boutique bariolée de Marina Anouilh fait figure de souk huppé. Les célébrités s'y pressent pour trouver un coussin ou un caf-tan précieux que personne d'autre ne possédera, et qui, chacun, traverse les modes en racontant son histoire individuelle. «Je ne donne pas dans la mode, dit la maîtresse des lieux, mais dans le beau.» Dans le sillage d'une mère grecque extravagante et inspirée, Marina Anouilh (petite-fille de l'écrivain) puise dans ses souvenirs de voyage et dans ses amitiés autour du monde pour trouver le meilleur de l'artisanat. Elle fait retoucher des pièces anciennes, couper des tenues dans des textiles précieux. Une signature? La veste traditionnelle Marrakesh, en velours brodé. *R.L.*

Boutique Marina Anouilh à Gstaad, comers à Bon Génie Grieder Genève et Zurich marinaanouilh.com/



MONTRES

Il va y avoir du sport!

Au fitness ou à la randonnée, ces montres de sport connectées accompagnent l'effort et offrent un contrôle santé. Fonctions à gogo: fréquence cardiaque, suivi d'entraînement... Un must pour atteindre ses objectifs! *M.B.*

Google Pixel Watch 2, 379 fr. (à gauche) et Tissot T-Touch Connect Sport, 945 fr.



Le motif en trompe-l'œil, qui orne les couloirs de l'hôtel Drei Berge, a été peint à la main.

HÔTEL

L'appel des cimes

On dit de lui qu'il est un génial touche-à-tout, un enfant terrible, un homme qui réussit tout ce qu'il entreprend... Ramdane Touhami, directeur artistique, créateur de mode, entrepreneur, designer, est notamment connu pour avoir redonné vie au label de bougies Cire Trudon, vieux de quatre siècles. Le dernier coup d'éclat du créateur de 49 ans? L'hôtel Drei Berge à Mürren, dans l'Oberland bernois. En six semaines seulement, Ramdane Touhami a transformé l'ancien hôtel Bellevue en un établissement qui ressemble au décor d'un film de Wes Anderson. Les meubles vintage et les objets ont été dénichés dans des ventes



L'hôtel Drei Berge à Mürren ressemble au décor d'un film de Wes Anderson. Ramdane Touhami, le propriétaire, est un alpiniste passionné.

aux enchères ou au marché aux puces, les motifs en trompe-l'œil dans les couloirs ont été peints par des artistes, le logo - l'ours bernois avec un sac à dos - orne tapis et rideaux. La bande-son n'a pas été oubliée: des haut-parleurs de la taille d'une valise diffusent la playlist perso de Ramdane Touhami: hip-hop, jazz. Aussi éclectique que le nouvel hôtelier lui-même. Le prochain projet de cet alpiniste passionné se veut écologique: une collection de vêtements outdoor sans plastique, au doux nom de... Drei Berge. *Tina Bremer*

www.dreibergehotel.com, chambre double dès 359 fr.



SOINS

Coup de jeune

Sa formule repose sur quinze ans de recherches, pour toujours plus de fraîcheur et d'éclat: le graal, n'est-ce pas? En quatorze jours, la nouvelle Re-Nutriv Ultimate Diamond Crème Transformation Eclat d'Estée Lauder, fruit d'une technologie brevetée (SIRTIVITY-LP™), doit ainsi donner un vrai coup de jeune: davantage de rayonnement, moins d'irritations, un teint unifié, une souplesse juvénile. Grâce à une hydratation en profondeur. *T.B.*
Re-Nutriv Ultimate Diamond Crème Transformation Eclat, dès 207 fr.



UPCYCLING

Cuir de champagne

Champagne dedans, champagne dehors... La bouteille Veuve Clicquot peut se transporter dans un élégant hamais, fabriqué à base de grappes de raisin du domaine! Adeptes de la cause végane, la maison de mode Stella McCartney a trouvé le moyen de transformer le végétal en un pseudo cuir et a ainsi façonné 6 accessoires pour un effet sooo champagne... *J.Q.*
Collection disponible en mars, prix sur demande

Bière, chips et fitness

TOY TOY TOY



PAR CHARLES-ANDRÉ AYMON

Une malédiction touche les conversations de l'apéro: la pénible revue des performances athlétiques des uns et des autres subie autour d'une bière trop chère au nom trop long pour être honnête. Si pour la bière il n'y a pas grand-chose à faire (après tout, comment cesser d'être snob si on veut encore pouvoir se regarder dans le miroir), côté discussion, par contre, en évoquant les différentes douleurs musculaires dues à l'entraînement, on verra les visages se fermer et la conversation rouler soudainement sur le



Therabody PowerDot 2.0 (4 électrodes), env. 400 fr. therabody.com

sujet moins délicat des différentes guerres en cours et des responsabilités pesant sur les parties en présence. Hors cette situation pourrait bien changer. La faute au PowerDot 2.0 de Therabody. Le concept est simple: placer des électrodes sur un corps fatigué par de longues minutes de fitness ou par la station debout des heures durant dans les transports publics. Grâce à une stimulation électrique des muscles et des nerfs finement dosée via une application mobile reliée en Bluetooth au boîtier de commande, finies les jambes lourdes de l'après sport, terminés les œdèmes de fin de journée. Et ça marche vraiment? Ça marche vraiment! Que vous soyez rat de cave ou gazelle du running, cet équipement promis à la disposition du plus grand nombre soulage à tous les coups. Quintessence du cool, le traitement peut se faire assis, en regardant la télé et en grignotant des chips. Oui, je sais...

LA BOUTIQUE HISTORIQUE DE BVLGARI, À SAINT-MORITZ, RENAÎT APRÈS UNE ENTIÈRE RÉNOVATION.



SOTIRIO BVLGARI, SON FILS GIORGIO ET SA FEMME LEONILDE ÉTAIENT PRÉCURSEURS EN JET SET ALPINE.

Rome au sommet

SOTIRIO BVLGARI, LE FONDATEUR DE LA CÉLÈBRE MAISON DE JOAILLERIE ROMAINE, ADORAIT VENIR À SAINT-MORITZ. IL Y A OUVERT LA PREMIÈRE BOUTIQUE HORS D'ITALIE.

TEXTE LA RÉDACTION

DESTINATION prisée des stars et des têtes couronnées, Saint-Moritz est sans conteste la perle de la vallée de l'Engadine, une station élégante et ensoleillée (en moyenne 300 jours par an!), dominée par le mont Corviglia. C'est ici qu'est né le tourisme hivernal – excusez du peu –, un des rares endroits au monde à avoir accueilli par deux fois les Jeux olympiques. Un lieu qu'aimait fréquenter Sotirio Bulgari, le fondateur de la célèbre maison de haute joaillerie romaine éponyme. Charmé par les lieux, il y ouvre dès l'année 1898 une première enseigne durant la saison estivale. Mais rapidement, vu le succès rencontré, elle devient un point de vente permanent.

D'abord située près des thermes, sur la via Rosatsch, la boutique se situe désormais sur la via Serlas, exactement en face du sublime Badrutt's Palace Hotel. Entièrement rénovée, elle a rouvert ses portes en fin d'année dernière, tout en nuances beige et doré. Pousser les portes de ce temple de la joaillerie, c'est être transporté à Rome, le temps d'un instant. Alors que les parures de la collection Diva évoquent les mosaïques des thermes de Caracalla et que les bagues B.zéro1 rendent hommage au Colisée, les visiteurs les plus attentifs remarqueront les motifs géométriques s'inspirant du Panthéon, disséminés dans toute la boutique.

Marbres délicats, bois précieux, soieries luxueuses... les pieds des vitrines déclinent le verre de Murano et plusieurs œuvres d'Andy Warhol ornent carrément les murs. Pas étonnant, quand on sait que l'artiste new-yorkais adorait la joaillerie Bulgari. Il possédait d'ailleurs plusieurs pièces et avait même interviewé Nicola Bulgari, petit-fils de Sotirio, en 1981, pour le magazine *Interview*. «Entrer dans un magasin Bulgari, c'est comme entrer dans un musée», écrivait-il alors. Plus de quarante ans plus tard, sa petite phrase est toujours d'actualité.

Loin de Cinecittà

Si l'histoire d'amour de Bulgari avec la Suisse s'ancre ici, c'est en Grèce, dans la région d'Épire, que démarre l'épopée Bulgari. Issu d'une famille d'argentiers, Sotirio y ouvre une première échoppe, avant de rapidement se déplacer à Corfou, puis Naples.

C'est un cambriolage dans sa boutique de la piazza dei Martiri, qui le décide à déménager à Rome, en 1884, espérant trouver davantage de tranquillité. D'abord installé via Sistina, il rencontre le succès auprès des voyageurs, britanniques notamment, et de la noblesse locale, séduits par ses pièces d'argenterie puis ses créations d'orfèvrerie. Tout s'enchaîne alors rapidement. La deuxième boutique ouvre ses portes sur la via Condotti – le *flagship store* de la marque est encore là – avant Bellagio, au bord du lac de Côme, San Remo, sur la côte ligure, puis... Saint-Moritz. Entouré de sa femme Elena et de leurs enfants Giorgio et Costantino, il aimait venir ici, en Engadine, pour prendre le frais, bien avant qu'Elizabeth Taylor – certainement la plus illustre des clientes de la maison – ou l'actuel roi d'Angleterre ne viennent y faire quelques descentes à ski. ☺



L'ÉVOLUTION D'UN STYLE

Les premières pièces de bijouterie de Sotirio Bulgari sont clairement d'inspiration byzantine, avec l'utilisation de pièces de monnaie antiques. Dès les années 1920, ses bijoux évoluent vers un style Art déco. D'argentier, le créateur devient joaillier, se formant notamment chez Cartier, à Paris. Les pierres précieuses, taillées puis en cabochon, font leur apparition. Datant des années 1930, cette parure est modulable, collier ou tiare selon les envies de celle qui la porte.



Du vert, pour être raccord avec une nature en plein réveil luxuriant. Et avec l'humeur générale, portée sur la préservation de notre environnement.

Paysage horloger

DANS LES PREMIERS LANCEMENTS DE L'ANNÉE, LA COULEUR VERTE S'EST MONTRÉE AUSSI FRAÎCHE QU'IMPÉRATIVE.

TEXTE MATHILDE BINETRUY

ENTRE 2002 et 2016, TAG Heuer a signé les modèles à succès nommés Reflex ou 27°. Ne cherchez pas dans les collections de montres, il s'agit de lunettes! La marque, réputée pour ses chronographes ultrasportifs, comme la Carrera (1963) et la Monaco (1969), a œuvré pendant presque deux décennies dans le monde de l'eyewear, un univers proche de celui de l'horlogerie. Frédéric Arnault, ex-CEO de TAG Heuer désormais au volant de la nouvelle division montres de LVMH, se sent d'ailleurs «fier de retrouver ce monde avec des designs révolutionnaires qui font appel à des techniques avant-gardistes et à des matériaux de pointe». C'est en effet portée par un souhait de s'élever en gamme et de se diversifier que la marque a annoncé, lors de la LVMH Watch Week à Miami (du 28 janvier au 1er février derniers) qu'elle allait relancer son activité dans le domaine aux côtés de Thélios.

Mais si l'annonce a fait son petit effet aux Etats-Unis, elle n'a pas pour autant éclipsé le lancement des nouveautés horlogères des marques du groupe. Pour la cinquième année consécutive, TAG Heuer, Bulgari, Hublot, Zenith, Daniel Roth, Gérald Genta

se sont donc retrouvés pour présenter leurs collections 2024 à des invités du monde entier et à la presse. Cet événement horloger a ouvert la saison et donné un premier aperçu des tendances. Le moins que l'on puisse dire, c'est que celles-ci suivent l'actualité... Première observation: on assiste à une déferlante de modèles sport. Il faut en effet compter sur plusieurs compétitions majeures en 2024: l'UEFA Euro (14 juin au 14 juillet), les Jeux olympiques de Paris (du 26 juillet au 11 août), ou encore la 37^e Coupe de l'America (22 au 25 août). Les horlogers capitalisent donc sur le chrono.

Référence nature

Deuxième constat: l'horlogerie poursuit son penchant, initié il y a quelques années, pour les montres vertes. La couleur émeraude/sapin qui a émergé avant la pandémie est devenue une véritable obsession chromatique. Ce qui change par rapport aux collections précédentes, c'est qu'elle gagne maintenant la lunette et les bracelets. La nuance s'est également éloignée de l'esprit militaire pour évoquer davantage la nature et la préservation de l'environnement. Le vert a aussi le bon goût d'avoir les intentions qu'on lui prête: la chance, l'abondance, la prospérité... ☺

SEPT NUANCES DE VERT



Iconique

Imaginée il y a cent vingt ans, cette pièce porte le nom du célèbre aviateur Albert Santos Dumont. Sa vocation initiale? Permettre de consulter l'heure tout en pilotant un avion... Le cadran de la nouvelle version joue avec un vert dégradé jusqu'au bracelet en croco. C'est frais et élégant.

7450 fr. Cartier Santos Grand Modèle



Rétro

Qui aime les belles voitures craquera certainement pour ce chrono. Son vert sarcelle rend hommage à l'histoire du sport automobile, en particulier aux teintes vertes vintage des voitures de course. Son design rappelle, lui, les codes des années 60: poussoirs à pompe et boîtier Glassbox.

6400 fr. TAG Heuer Carrera Chronograph



Technique

D'un vert intense, le matériau choisi, appelé SAXEM (Sapphire Aluminium oXyde and rare Earth Mineral), allie résistance et brillance. Ce parent du saphir pare la Big Bang Unico d'un ton émeraude unique. A 12 et 6 h, on retrouve le système One Click dédié aux bracelets interchangeables.

Prix sur demande. Hublot Big Bang Unico Green Saxem Calendrier Perpetuel



Nomade

Le cadran en lui-même est une destination: gravée au centre, on a une reproduction de la Terre, vue du pôle Nord. En bonne compagnie de voyage, la montre affiche aussi tous les fuseaux horaires de la planète simultanément. En sus: une lunette en céramique polie/satinée très chic.

10 200 fr. Omega Seamaster Aqua Terra Worldtimer



Dorée

Cette plongeuse possède de nombreux atouts: un diamètre fin (39 mm), un look vintage (or jaune et aiguilles Snowflake des années 60) et une palette de couleurs très modernes. Ainsi, son cadran au riche ton golden-green parsemé de détails dorés – mats, évidemment – assorti à un bracelet en alligator bombé.

116 000 fr. Tudor Black Bay Fifty-Eight 18K



Sportive

Bonne nouvelle: il va y avoir du sport cette année, avec une foule de compétitions dans les stades et sur la mer. C'est donc le moment de porter ce chrono en acier de 41 mm de diamètre avec sa lunette en céramique verte assortie à un cadran ton sur ton laqué. Un look simple et efficace!

10 900 fr. Zenith Chronomaster Sport Green



Écolo-chic

Rien ne se perd, tout se recrée... en mieux! C'est un peu la philosophie d'Oris avec sa plongeuse Aquis et son cadran qui fait la part belle à l'économie circulaire. Le concept consiste à revaloriser les filets de pêche fantômes en les recyclant en cadrans de montre spectaculaires. Résultat: des pièces uniques et ultradésirables.

2350 euros. Oris X Bracenet

5 raisons d'aimer la signalétique

LA MARQUE DE MEUBLES MICASA SORT UNE COLLECTION DESIGN, INSPIRÉE DES PICTOGRAMMES DES CFF. DES ACCESSOIRES TONIQUES À ADOPTER EN VITESSE.

TEXTE LA RÉDACTION



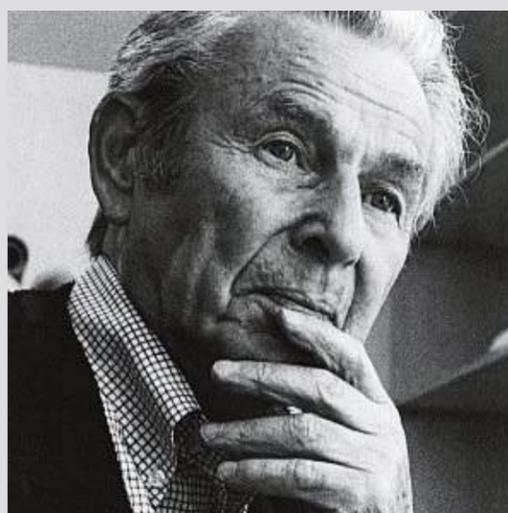
1 UNE COLLECTION LUDIQUE

Des allumettes qui enclenchent la lumière, un miroir de poche orné d'un œil, des dessous de plat illustrés d'un extincteur... tous les produits de la nouvelle collection PICTO de Micasa sont à la fois un clin d'œil et un concept intelligent. Malin et marrant! On aime.



2 DES OBJETS EN MOUVEMENT

Depuis sa création en 1981, le magasin d'ameublement Micasa s'avère un partenaire sûr et crédible pour quiconque désire aménager agréablement son intérieur. Avec le lancement de la collection limitée PICTO, créée en collaboration avec les CFF et le Museum für Gestaltung Zürich (musée de design et de communication visuelle), la filiale de Migros inaugure une nouvelle ère. «Cette collection marque le coup d'envoi de notre réorientation, explique Philipp Agustoni, Head of Micasa. Le marché est inondé de produits interchangeables. Nous voulons proposer un design durable et original.» Outre le réaménagement de ses magasins, Micasa offrira à l'avenir de plus en plus de collections en collaboration avec des créateurs de design.



3 UN DESIGNER STAR

Josef Müller-Brockmann (1914-1996), pionnier du nouveau style typographique international apparu dans les années 1950, passe pour l'un des principaux maîtres du design suisse. Le minimalisme et la pureté des formes caractérisent ses créations. Les pictogrammes que le graphiste a créés pour les CFF à la fin des années 1970 s'inscrivent dans ce mouvement et sont considérés comme un bien culturel suisse. Ces dessins géométriques d'une symbolique radicale ornent les gares et constituent une partie essentielle du système d'information visuelle des CFF. «C'est la première fois que les amateurs de trains et les fans de design peuvent décorer leur maison avec ces pictogrammes iconiques, annonce Maxime Zenderoudi, directeur créatif de Micasa. Nous sommes donc particulièrement heureux de la coopération entre Micasa, les CFF et le Museum für Gestaltung Zürich.» Depuis 2014, l'œuvre de Josef Müller-Brockmann fait partie des collections du Museum für Gestaltung de Zurich, et certains objets PICTO y seront intégrés.



4 DES DÉCLINAISONS SURPRISES

Il y a le jeu de dominos (qui raccourcissent le temps du trajet), des accessoires de table (qui feront aussi merveille dans le wagon-restaurant), des sacs (qui créent une ambiance de départ), un rideau de douche et des distributeurs de savon (qui rappellent les trains de nuit actuellement en plein renouveau) et tant d'autres objets surprenants: la collection PICTO de 55 accessoires d'intérieur et de petits meubles propose par exemple une serviette de plage surdimensionnée, ornée, au centre, du pictogramme du point de rassemblement... Le message est clair: «Rassemblez ici tous vos amis! On va s'amuser!» Mais quel que soit le produit préféré de chacun, la signalétique est universelle et comprise par tout le monde. Ce large public, c'est le même que celui auquel Micasa s'adresse avec ses 38 magasins dans toute la Suisse. La collection PICTO est disponible dans toutes les enseignes ou peut être commandée en ligne. Il faut toutefois se dépêcher: la collection est limitée. Les prix vont de 4 fr. 95 (serviettes de table) à 149 fr. (matelas pliable).



5 UN PICTOGRAMME CULTE

«Les pictogrammes sont une part constitutive de l'identité des CFF, explique Rudolf Blankschön, responsable gestion et expérience de la marque CFF. Ils ont une signification extrêmement importante: ils assurent la sécurité et l'orientation.» Et ce, indépendamment de la langue des voyageurs et de leur culture d'origine. La clarté de la signalétique est donc d'autant plus importante. A l'instar du logo des CFF qui n'a pas changé depuis 1972, le développement des pictogrammes conçus par Josef Müller-Brockmann pour les CFF est géré de manière restrictive, car leur simplicité symbolique ne peut presque plus être améliorée. «Nous sommes les gardiens du design», s'exclame Rudolf Blankschön en riant. Les CFF ne s'engagent que très rarement dans de telles collaborations avec des partenaires externes: «Mais avec Micasa et Migros, nous avons des marques parfaites et partageons une cible commune, ce qui n'arrive pas si souvent. Les deux sont des marques appréciées dans toute la Suisse, tout comme les CFF.»



LA NATURE DE PLEIN FOUET

GRÂCE À SES OBJETS ARCHITECTURAUX RADICAUX AU SEIN D'UNE NATURE SAUVAGE, **LA NORVÈGE** INVITE À VIVRE LE PAYSAGE AUTREMENT. À L'EXPÉRIMENTER EN INTIMITÉ ET IMMERSION ARTISTIQUE.

DE RETOUR DU RYFYLKE **RENATA LIBAL**



Comme des nids d'aigle au-dessus du vide, les cabines stylées du Bolder Skylodge dominent le paysage.

EMMITOUFLÉE dans son duvet, la voyageuse assoiffée de vastes horizons contemple les eaux aux reflets mouvants du Lysefjord, sur la côte sud-ouest de la Norvège, si loin en contrebas, à la verticale du lit. Un tel lit, comme suspendu dans les nuages, vaut à lui seul le voyage vers le Nord. Ouverte de trois côtés sur les falaises, la chambre à coucher relève du nid d'aigle, avec les étoiles pour compagnie, visibles aussi, en cette claire nuit d'hiver, à travers le plafond de verre. Qui voudrait badiner dans les clapotis des réseaux sociaux, quand le spectacle de la nature, dans ce qu'elle peut avoir de plus fondamental, bouleverse à ce point nos repères d'urbains surconnectés? La neige, les pins agrippés à la roche, les blocs de granit en équilibre dans la pente. Comme un retour à l'essentiel... Le lendemain, ce sont les bourrasques qui se déchaînent derrière la fenêtre, en longs sifflements neigeux. The Bolder Skylodge (un nom qui affiche l'ambition du concept, *bolder*-plus audacieux) propose une nouvelle vision de l'hôtellerie haut de gamme: six cabines à l'architecture aussi minimaliste que créative, arrimées à la roche sur 170 hectares de nature intacte, où les hôtes de quelques nuits se confrontent aux éléments. Ils arrivent là sans comité d'accueil, munis de quelques provisions et du code qui débloque la porte. Ensuite, à eux les grands espaces loin de tout – à pied à arpenter les environs ou en position du lotus pour l'approche plus contemplative.

Le site vient d'émerger sur cette falaise, avec la volonté farouche de minimiser l'impact sur l'environnement et d'y fondre les constructions par leur exigüité, mais aussi par l'usage de bois prélevé sur place. Le restaurant, qui vient d'obtenir son permis de construire, sera d'ailleurs comme inséré dans le rocher: on y entrera par la pierre pour dîner ensuite au bord du précipice. La cabine de la journée – la Skylodge 1 – repose, elle, sur un seul pilier central, comme si la structure se tenait délicatement sur la pointe

d'un pied, pour être certaine de ne rien écraser. Si le projet Bolder est l'une des plus récentes interventions architecturales dans la nature norvégienne, elle n'est pas la seule à proposer un dialogue innovant avec les éléments. Depuis quelques années, les classiques constructions nordiques – charmantes maisons de bois peint en blanc, au toit pointu – se voient complétées par des objets avant-gardistes qui proposent une véritable réflexion sur la cohabitation de l'humain et de l'espace sauvage. Dans un pays où moins de 2% de la surface est construite, le champ des possibles, en matière de nature intacte, est vaste. Le Bolder est l'œuvre du bureau d'architectes réputé Snøhetta, basé à Oslo. Frank Denis Foray y est directeur et explique la vision derrière le concept: «Cette région de Norvège est particulièrement spectaculaire, et nous avons voulu montrer notre immense respect pour sa grandeur. Des cabines, on regarde le paysage comme on regarderait un film.»

À l'évidence, la Norvège se positionne en terrain d'expérimentation de l'architecture en conditions extrêmes. Selon Frank Denis Foray, le vrai déclic s'est produit en 2007, à l'inauguration du si acclamé Opéra d'Oslo, avec son toit en esplanade incliné vers la mer – une autre construction du studio Snøhetta. «Jusqu'alors, explique-t-il, la population ne manifestait aucun intérêt culturel pour l'architecture. Puis, soudain, les gens ont pris conscience, physiquement, en grimant sur le toit, de la manière dont un bâtiment pouvait changer le rapport au paysage. De nouveaux points de vue s'ouvrent, de nouveaux accès, de nouvelles sensations. Cette expérience a vraiment initié des champs créatifs où les architectes peuvent s'exprimer.»

L'élan s'ancre aussi dans le succès des Routes panoramiques de Norvège, un projet de l'Office du tourisme engagé dès 2000, mais qui prend à la longue une envergure nouvelle, ne cessant de s'enrichir, avec actuellement 18 parcours balisés. L'idée initiale consistait à tracer des itinéraires remarquables et à y ponctuer le paysage de constructions de commodité (aires de repos, esplanades à point de vue), mais aussi d'installations d'art et de gestes architecturaux à même d'inciter à un regard nouveau. Une manière de pousser les Norvégiens à renouveler leurs vœux d'amour avec le pays et à les dissuader de filer dépenser leur argent à Ibiza aux premières brumes d'automne. Le succès a amplement dépassé les attentes et contribue aussi à l'engouement touristique actuel pour les fjords et leurs escarpements. Près de la ville de Sauda, par exemple, un escalier vertigineux de 540 marches suit la cascade de Svandalsfossen et permet d'en éprouver la puissance de plein fouet. Un peu plus loin, proche de Sand, le pont métallique d'Høsebrua enjambe la rivière qui gronde et marque comme un trait d'union entre deux flancs de montagne, une ligne horizontale dans tant de verticalité. Ailleurs, dans les obscurités d'une gorge étroite, le célèbre architecte suisse Peter Zumthor a imaginé un musée pour l'ancienne mine de zinc qui opérait là: trois pavillons perchés sur des échasses en pin goudronné ressemblent à d'inquiétants insectes mécaniques. Chaque pause sur la route, fût-elle utilitaire, prend des dimensions cosmiques, tant les lignes et souvent les vastes baies dirigent le regard vers un paysage comme mis en scène.

Dans une démarche analogue de la nature encadrée, le tout récent sauna de l'Energihotelett affiche une fière paroi transparente face à la montagne. L'idée est d'y suer dans le noir, alors que les détails lumineux de l'extérieur dessinent une œuvre abstraite. Nu, face à l'immensité... Un sauna ne relève peut-être pas du défi architectural, mais celui-ci a été pensé avec esprit et hommage: l'hôtel est sis dans l'ancien espace de conférence de l'usine hydroélectrique conçue, en 1963, par l'architecte Geir Grung et transformé avec respect pour l'esprit brutaliste de l'époque. Les annexes – et le sauna! – viennent d'être terminés par Tai Grung, la fille du maître. Là aussi, les esthètes et amoureux du bâti hors norme affluent, bravant les tempêtes et les bancs de neige en hiver, pour s'imprégner de ce dialogue unique entre un bâtiment et le lieu où il est implanté.

Cascades gelées et congères

La côte sud-ouest de la Norvège, en gros entre Bergen et un peu plus bas que Stavanger, est l'une des plus visitées du pays, en raison de la découpe si spectaculaire de ces fjords qui s'insinuent loin dans les terres. Un nouveau paysage s'y révèle à chaque tournant de la route, parfois si étroite que deux voitures ne peuvent s'y croiser – gare au panneau «M» qui signale ces passages. Pourtant, les espaces sont si immenses que la foule s'y éparpille et chaque bourgade se mérite, puisqu'il s'agit constamment de contourner les fjords et d'attraper les ferries. On peut aimer la douceur du vert, en été, et l'herbe grasse qui nourrit les troupeaux de moutons. Mais ce pittoresque rassurant est peu de chose en comparaison avec la même région hors saison, quand les touristes disparaissent, quand les routes enneigées se distinguent à peine des pâturages, quand le rose délicat d'une aube tardive inonde la carte postale, les jours de soleil hivernal. Sur les falaises, les cascades gelées semblent emprisonner la roche derrière leurs barreaux fragiles. Et ces ciels! Ces camaïeux de gris beige quand la lumière décline! Ces fjords hésitant entre glace et eau!

Même les sites naturels sont accessibles sous la neige et, selon l'adage local, «il n'y a pas de mauvais temps, juste un mauvais équipement». Cela vaut pour les pneus neige des voitures conçues pour franchir les plus hautes congères (merci au volant chauffant...),



PETIT MAIS BIEN PENSÉ

Chaque cabine du Bolder Skylodge propose un point de vue unique sur le paysage, cadré par les baies vitrées qui orientent le regard. Rien de superflu, mais du très haut de gamme: meubles design de cuir, bois sensuel au toucher, literie, draps de lit et duvet d'exception.



UN MUSÉE À FLANC DE COTEAU

Agrippés à la montagne, les trois pavillons du Musée de la mine de zinc signés Peter Zumthor ont mis quatorze ans pour sortir de terre, en 2016. Il faut dire que l'arrimage délicat de cette construction inspirée d'un «échafaudage archaïque» (dixit Zumthor) relève de l'exploit.

comme pour les chaussures fourrées à robuste semelle. En ce matin cotonneux où les flocons tombaient dru, début décembre, une petite dizaine de marcheurs se regardaient à la dérobée au départ de la randonnée vers le fameux Preikestolen, cette roche plate au sommet d'une falaise de 604 mètres au-dessus du fjord, emblème de la région: qui allait vraiment se faire les 4 heures de trek dans la poudreuse? Nous y sommes tous allés. Le magasin près du parking louait des crampons et un panneau lumineux indiquait qu'«au vu des conditions météorologiques, la randonnée est déconseillée aux enfants de moins de 5 ans». Pourquoi hésiter?

Une maestria acquise grâce au pétrole

Il faut s'arrêter aussi à Stavanger et son Musée du pétrole pour comprendre la maestria que la Norvège a développée en ingénierie civile. Quand la découverte de l'or noir, dans les eaux glacées et furieuses de la mer du Nord, a changé le destin du pays, en 1971, il a fallu concevoir des plateformes pétrolières en pleine mer, capables de résister à tous les emportements de la météo. Au musée figurent ces structures de béton armé hors de toutes proportions, comme la plateforme Troll qui mesure quinze fois la tour Eiffel, pour un million de tonnes de béton et de métal. Pas étonnant que les bâtis perchés dans les montagnes, arrimés aux rochers, creusés sous les fjords, enjambant les cascades, soient les héritiers de ce savoir-faire. Il suffit d'ailleurs de penser à ces tunnels routiers faramineux, actuellement en construction sous la mer afin d'accélérer la traversée du pays, pour se rendre compte que les bâtisseurs norvégiens n'ont peur de rien. «S'il y a une chose que nous savons faire, en Norvège, c'est construire avec les éléments, relève encore Frank Denis Foray. L'économie norvégienne est florissante, les envies crépitent de toute part et les connaissances en ingénierie sont énormes.» La conjonction de ces trois éléments engendre une effervescence de créativité dans le bâti, surtout dans ces endroits reculés, comme la pente du Forsand où sont posées les cabines du Bolder, longtemps considérés comme trop abrupts pour être construits. Mais le mot «impossible» semble avoir disparu du parler architectural norvégien. Prenez par exemple un bâtiment comme celui du restaurant Under (*nålr: construit aussi par le bureau Snøhetta*), qui plonge carrément dans la mer du Nord, près de la ville de Lindesnes, au sud du pays. Comme un sous-marin à demi échoué sur la berge, comme un récif de béton progressivement colonisé par les fonds marins. Les clients entrent par la terre ferme, puis descendent à plus de 5 mètres sous la surface, pour dîner entre méduses et plancton. L'entier du concept, avec les vastes fenêtres et la structure de béton, repose sur une maîtrise acquise grâce à l'industrie du pétrole. Les gourmets qui ont eu la chance de se mettre à table dans ce lieu d'exception en sont revenus bouleversés: ils parlent de cette sensation de manger la mer, de la respirer, de l'impression que le poisson derrière la vitre a nagé tout droit dans leur assiette.

La grande force de ces constructions futuristes (*lire aussi, en p. 14 l'expérience scientifico-gastronomique du centre Salmon Eye*) est qu'elles se dressent souvent dans des endroits impossibles, au milieu de nulle part. Sur des sites si intacts que l'on peine à imaginer l'énergie qu'il aurait fallu déployer ailleurs (en Suisse, par exemple...) pour obtenir un permis de construire. Alors, la Norvège, un pays sans foi ni loi? Frank Denis Foray, encore: «Bien sûr qu'il y a des règlements, rit-il, mais on constate

que la discussion l'emporte régulièrement sur une application trop littérale. Les autorités sont très à l'écoute des arguments. On peut dès lors se permettre des folies qui ne passeraient sans doute pas ailleurs.» Il est vrai que, contrairement à son voisin suédois par exemple, la Norvège n'a pas voulu favoriser l'extension des villes. La majorité de la population vit en campagne, avec un fort soutien à l'agriculture. Même du centre d'Oslo, la nature n'est jamais loin et le sportif peut partir de chez lui en bus, sa paire de skis sur l'épaule, pour rejoindre le téléski le plus proche. Alors évidemment, pour donner du piment à tous ces pôles excentrés, pour soutenir un tourisme appelé à prendre le relais économique du pétrole, les solutions innovantes sont bienvenues. On comprend à quel point est précieux le patrimoine architectural qui pousse partout: il incarne un esprit de liberté, une fierté face à la maîtrise des éléments et surtout un hommage à l'atout le plus sauvage du pays: sa nature sublime. 📍



La jetée du lac de Sundshopen (œuvre de Rever & Drage Architects), tout récent ajout aux routes panoramiques de Norvège.

Sur la route...

The Bolder Six cabines serties dans une nature sans compromis. A une heure de Stavanger. Dès 315 fr. la nuit. thebolder.no

Energie Hotelett Un hôtel très arty dans un ancien complexe industriel. Nesflatten. Dès 250 fr. energihotellet.no

Restaurant Under Réouverture prévue pour mars, avec un concept gastronomique revisité pour cet établissement sous-marin. Près de Lindesnes, dans le sud. under.no

Route panoramique du Ryfylke La route ondule entre fjords et montagne, dans une région réputée pour ses produits agricoles et marins. Beaucoup de sites architecturaux spectaculaires aussi. En gros, entre Bergen et Stavanger.

Sur mesure Le voyageur très lifestyle Voyageurs du Monde organise des circuits personnalisés, clés en main. Merci à leur équipe d'experts pour les conseils et le soutien tout au long de ce reportage – y compris le service de conciergerie très réactif par WhatsApp. Renseignements auprès des agences de Lausanne et Genève (ouverture à Zurich prévue en fin d'année) ou sur voyageursdumonde.ch.



Le road-trip en images est à retrouver sur notre site.

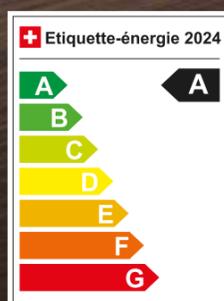


La nouvelle ID.7

entièrement électrique

Pour plus de liberté: la berline ID.7 entièrement électrique allie une autonomie convaincante de 540 à 700 km*, une recharge rapide et un aérodynamisme optimal en un ensemble au design élégant. L'ID.7 séduit également par son intérieur exclusif, son espace généreux et sa commande intuitive. En bref: la pleine charge de liberté.

Essayez-la vite

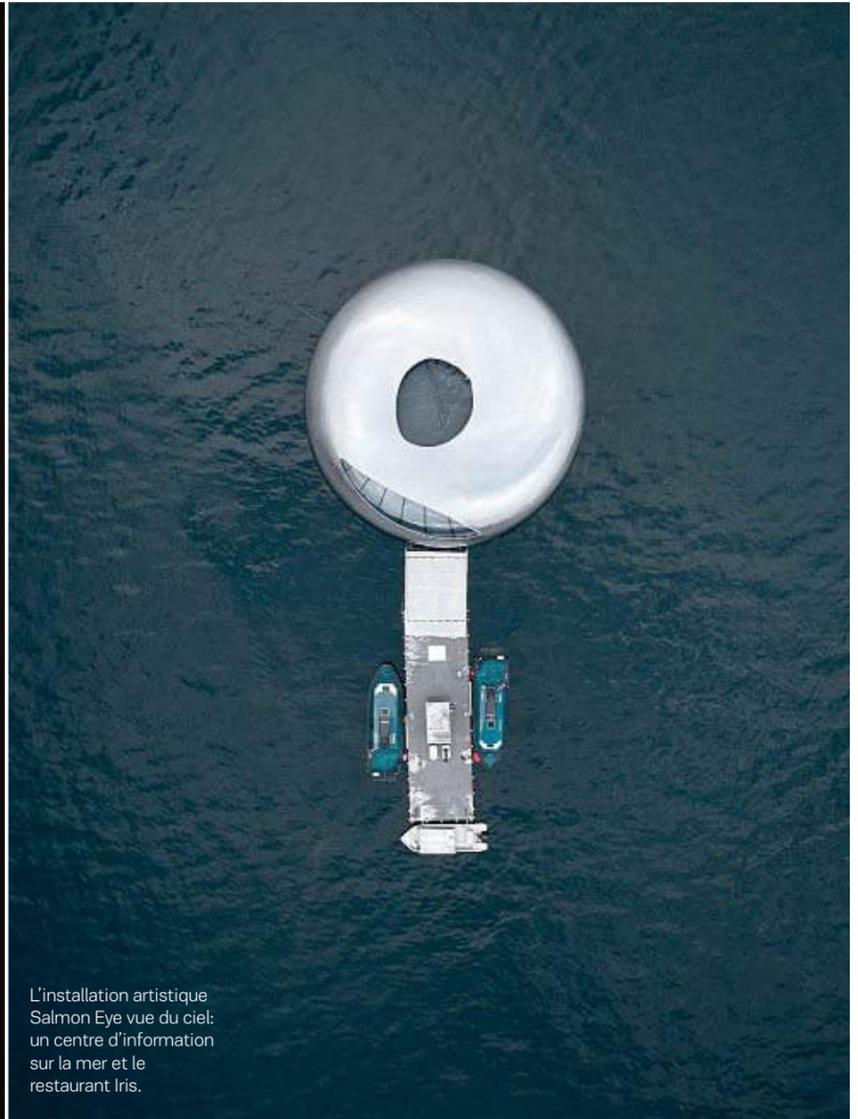


VW ID.7 Pro, 286 ch, 16,3 kWh/100 km, 0 g CO₂/km, cat. A

*Autonomie selon WLTP (Worldwide harmonized Light vehicles Test Procedure, la procédure d'essai mondiale harmonisée pour les véhicules légers). Dans la pratique, l'autonomie réelle varie en fonction du style de conduite, de la vitesse, des consommateurs de confort ou secondaires, de la température extérieure, du nombre de personnes ou de la charge, de la topographie et du processus de vieillissement et d'usure de la batterie. L'autonomie maximale de 700 km s'applique uniquement à la ligne d'équipement Pro S. L'ID.7 Pro S devrait être disponible à la commande au T2 2024.



La cheffe Anika Madsen invente de nouvelles manières de déguster la mer.



L'installation artistique Salmon Eye vue du ciel: un centre d'information sur la mer et le restaurant Iris.

LES SAVEURS DE DEMAIN

À BASE DE PRODUITS DE LA MER INÉDITS, LA CHEFFE ANIKA MADSEN INVENTE UNE CUISINE AUSSI EXQUISE QUE MILITANTE EN DURABILITÉ. UNE EXPÉRIENCE GASTRONOMIQUE HORS DE CE MONDE.

PROPOS RECUEILLIS PAR **RENATA LIBAL**

LY A UN AN ENCORE, à Copenhague, Anika Madsen vibrait aux tumultes de la vie urbaine, entre son emploi de cheffe dans les cuisines du restaurant étoilé Fasangården, les sorties en bandes d'amis, la musique à fond, le sommeil rare. L'été dernier, changement de décor: la jeune Danoise et son mari s'installent au milieu de nulle part, sur un fjord norvégien. Ils y vivent, avec six autres habitants, sur un îlot au large de la bourgade de Rosendal et s'investissent corps et âme dans le restaurant de la sublime plateforme flottante Salmon Eye. Elle y est cheffe de cuisine, Nico Danielsen directeur général, en salle et à l'accueil. A 30 ans tout juste, Anika Madsen a treize ans d'expérience en haute cuisine, et voilà une sorcière artistique, une vraie. Elle maîtrise avec virtuosité la technicité culinaire, tout en maniant avec inspiration et conviction cette baguette magique qui transforme un repas parfait en enchantement.

La *dining experience* commence et finit par un voyage en bateau électrique sur le fjord de Hardanger, au sud-ouest de la Norvège. Entre deux? Six heures pour découvrir, le temps d'une mise en bouche à base de gaufre de champignons séchés et mousse d'algues, l'île où poussent baies sauvages et pommes anciennes, puis accoster sur cette sorte de capsule spatiale posée sur l'eau qu'est l'installation artistique Salmon Eye. Dans cet espace ovoïde recouvert de 9000 écailles de métal, d'où l'on s'attend à voir jaillir James Bond en smoking noir, une exposition renseigne les curieux sur le potentiel nutritionnel, mais surtout jubilatoire, des ingrédients issus de la mer. Au premier étage, le restaurant gastronomique Iris invite à une expérimentation gustative inédite, puisque les 18 (!) mets de cette plongée dans l'inconnu explorent des ingrédients jamais cuisinés

auparavant. Mollusques sous-marins, algues locales, poissons négligés: les voilà sublimes sur l'autel de la créativité. Pour accompagner? Des vins savamment choisis, mais aussi des infusions de pomme de pin, des jus fermentés, des tisanes de rhubarbe fumée... Autant de saveurs inédites mais si délectables que les gourmets gourmants affluent du monde entier. Tatouée de pied en cap, aussi douce que déterminée, Anika a une ambition: régaler ses convives, mais aussi leur ouvrir les yeux sur un possible art dinatoire de demain, si d'aventure l'humain entreprend de traiter l'océan avec un respect qu'il a perdu pour la terre.

Quelle méduse vous a piquée pour venir vous installer ici?!

Je ne connaissais la Norvège que par mes souvenirs de vacances en famille. Puis Eide Fjordbruk, à la tête d'une des plus grandes compagnies d'élevage de saumons, a fait bâtir ce Salmon Eye, qui incarne sa réflexion sur l'alimentation de demain. Il a pris contact, car il savait que les histoires que racontent mes mets correspondent à ses convictions, et m'a invitée à venir voir. Ce que nous avons fait avec Nico, peu après notre mariage en août dernier. Nous avons été littéralement bouleversés: le panorama si majestueux, la construction si futuriste, la vision si claire en matière de produits sauvages... Pendant trois jours, nous avons été incapables de prononcer un mot. Puis nous avons juste dit: «Oui!» Nous avions la sensation d'atterrir dans la réalité, dans ce qu'elle a de fondamental. Et j'ai naturellement eu carte blanche.

Et alors? Cette vie si différente?

Nous sommes tous deux des enfants de la ville. Ici, nous avons appris



HORS NORMES

CI-DESSUS La structure métallique du centre Salmon Eye évoque les écailles d'un poisson.

CI-CONTRE Un cœur à briser: tartare de renne dans sa coque de cacao et coulis de myrtilles.

à naviguer, nous récoltons des baies, nous découvrons dans leur milieu des produits que je ne connaissais que du marché. J'ai longtemps animé une émission matinale à la télévision danoise et j'aimais y promouvoir des produits peu connus et élaborés de manière respectueuse. Mais ici, nous disposons vraiment de produits uniques, d'une qualité exceptionnelle. Cette proximité est follement inspirante et ouvre de nouvelles perspectives. Je me sens comme un gosse dans un magasin de bonbons.

Pouvez-vous me donner un exemple?

L'oursin! Il y a ici une espèce invasive très belle, à la chair délicate, mais peu abondante. Ils pullulent! Il m'a paru évident qu'il fallait prendre le temps de les récolter et de les apprêter, malgré le travail de bénédictin que cela présuppose. Il y a tant de vie dans les fjords! Nous travaillons avec des plongeurs qui prélèvent des algues, des coquillages, des mollusques à la main. Ces produits passent directement de la mer à l'assiette, rien à voir avec une pêche industrielle. Il s'agit vraiment d'une philosophie qui consiste à regarder autour de soi et à s'intéresser aux produits les plus humbles – mais somptueux.

Et il n'y a pas que la mer...

Effectivement! Dans notre verger, par exemple, poussent des pommes anciennes qu'il a suffi de récolter à maturité et faire fermenter pour les boissons maison. Il est très satisfaisant de renouer avec les fondamentaux de la vie humaine: la cueillette, la pêche, la chasse, l'échange avec les voisins. C'est un rêve de cheffe que d'avoir tout autour de soi.

Militante, votre approche de la gastronomie?

Clairement! Je suis attachée à l'idée du produit sauvage, à explorer sans limite ni compromis. Je veux vraiment que les gens réalisent, par la saveur des mets, la préciosité de chaque produit. Les 18 plats du menu sont tous porteurs d'une histoire précise, qui est racontée lors du service. L'idée est que les gens s'arrêtent un instant, respectueusement, devant ce trésor de la nature qui a été apprêté pour eux. Un repas délicieux, mais aussi une prise de conscience.

Chaque ingrédient est le héros d'une mise en scène. Comme cet alevin de saumon, sur son socle transparent...

Nous le présentons avec une mousse de champignons, algues et protéines d'insectes – une possible nourriture, à faible impact environnemental, pour l'élevage de l'espèce. Et c'est délicieux! En dix-sept ans de métier, j'ai développé ma propre bibliothèque de saveurs, que je mets au service de ces produits. J'ai toujours travaillé dans des établissements étoilés, cheffe de cuisine à 25 ans, et aujourd'hui, j'ai l'univers entre les mains, ainsi que le feu sacré! Je suis au bon endroit au bon moment...

Un de vos plats est une sorte de trompe-l'œil...

Oui, un faux cœur qui contient un tartare, de la viande de renne, que l'on a peu l'habitude de manger crue. Je suis passionnée de la prise de conscience qu'un tel plat implique. La saison prochaine, je vais d'ailleurs travailler de manière un peu provocatrice sur cette idée de perception et d'idées reçues que l'on peut avoir sur le plan alimentaire. Les émotions comptent tant dans notre alimentation!



Quel a été le moment le plus difficile de la saison?

Le seul jour où nous avons dû annuler le repas, pour des raisons de météo déchainée... Jusqu'au dernier moment, nous avons cru y arriver, mais les vagues étaient énormes, tout gîtait. Nous étions éperdument tristes pour ces clients venus de loin. L'équipe a dû être évacuée avec toutes les procédures de sécurité, ces équipements de survie... Nous avons exercé ce scénario, sans vraiment croire que nous y recourerions un jour. Soudain, l'humain, dans sa fragilité, a primé sur tout. Un sacré défi d'équipe!

Aviez-vous déjà travaillé avec votre mari auparavant?

Oui, quand nous nous sommes rencontrés, il y a dix ans. J'étais une jeune cheffe très ambitieuse et il était mon sous-chef supercontrôlant... Nous avons alors préféré prendre des chemins professionnels différents, car nous ne nous sentions pas assez mûrs pour gérer cela. Au fil des ans, nous avons pourtant réalisé que nous formions une super équipe. Le changement de lieu correspond aussi à une pulsion profonde de changer de vie. C'est merveilleux de ne voir que la forêt d'un côté de la maison, l'océan de l'autre. Le silence est si précieux... La concentration aussi.

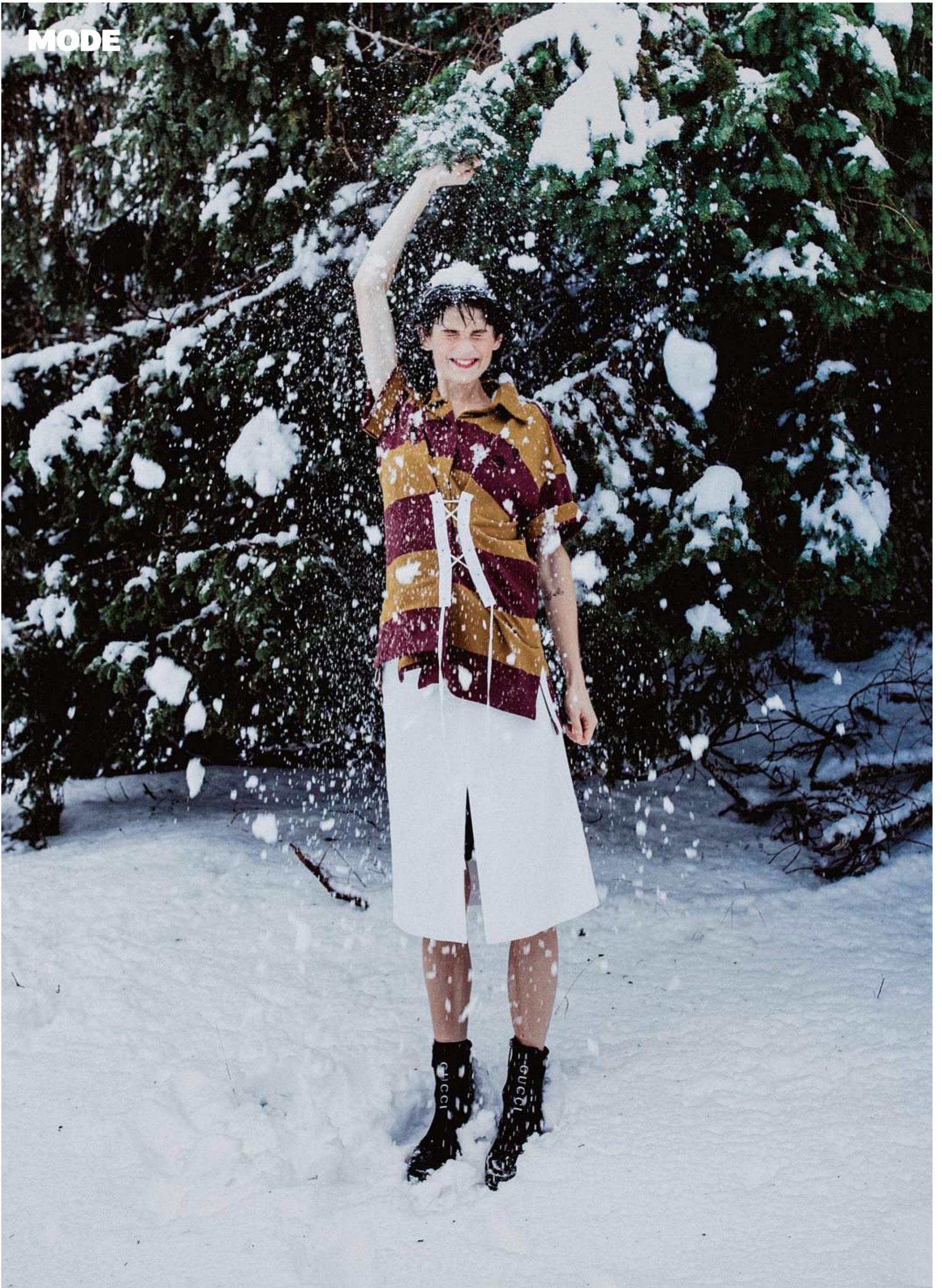
Qu'évoque le nom Iris pour vous? Œil, fleur ou déesse?

La déesse grecque, sans hésiter. Elle était une messagère et c'est aussi ainsi que je vois mon rôle. Nous sommes ici pour apporter une lueur dans l'obscurité – ce qui est d'ailleurs aussi la fonction de l'iris dans un œil – et pour montrer le potentiel remarquable d'une chaîne alimentaire respectueuse et consciente, sous la surface de la mer ou sur la terre. Nous avons aussi vu que beaucoup de gens veulent vraiment modifier leur manière de manger et sont prêts à renoncer à un sac griffé pour l'extraordinaire joie de goûter à des produits exceptionnels. Un nouveau luxe... ☺

POUR Y ALLER

Le plus simple est de partir de Bergen, sur la côte ouest de la Norvège: deux cents minutes de voiture ou 2 heures de ferry. Prévoir de passer la nuit à Rosendal, car l'expédition gastronomico-futuriste dure six heures. Réservation sur restaurantiris.no. Chaque seconde du voyage est inoubliable!

MODE



MÊME PAS FROID!

JUPES PRINTANIÈRES, ROBES DE TOUJOURS ET DOUDOUNES RASSURANTES, LES SAISONS SE MÉLANGENT JOYEUSEMENT.

PHOTOS ANTOINE HENAULT STYLISME SIMON PYLYSER



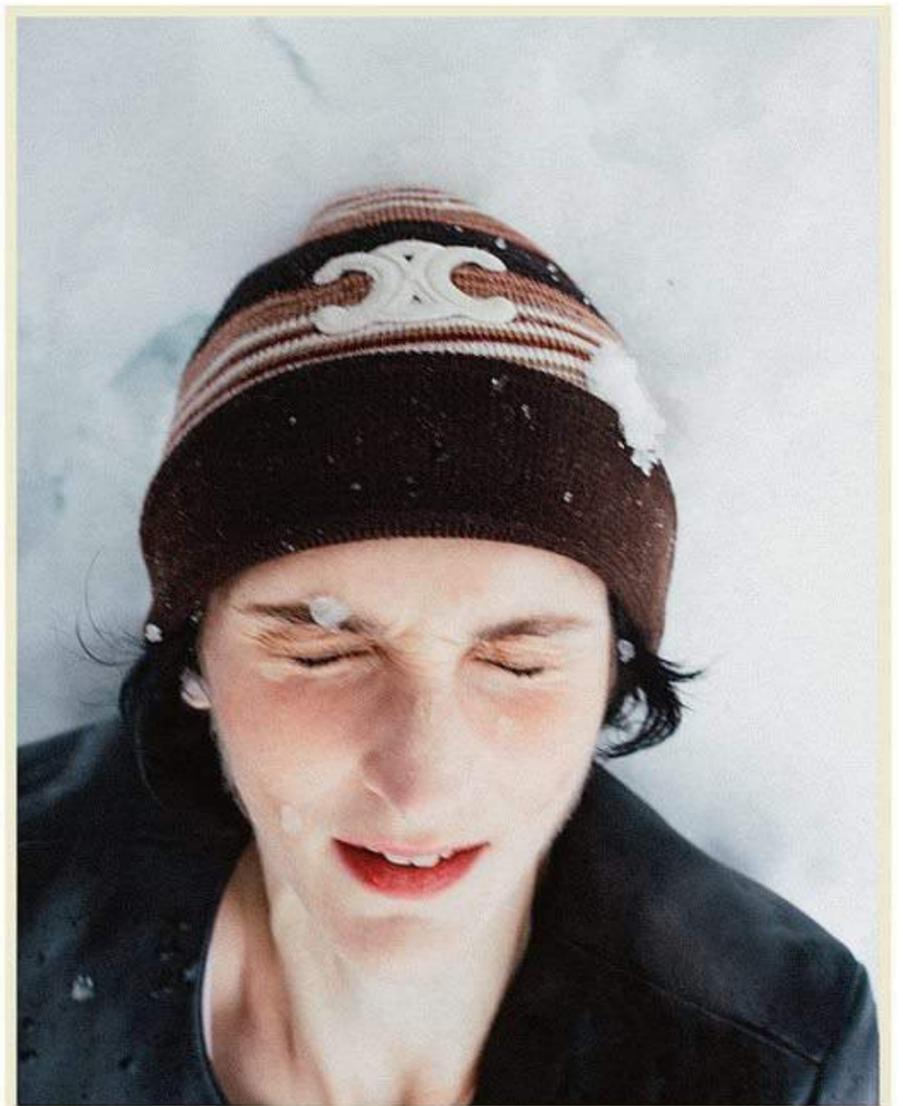
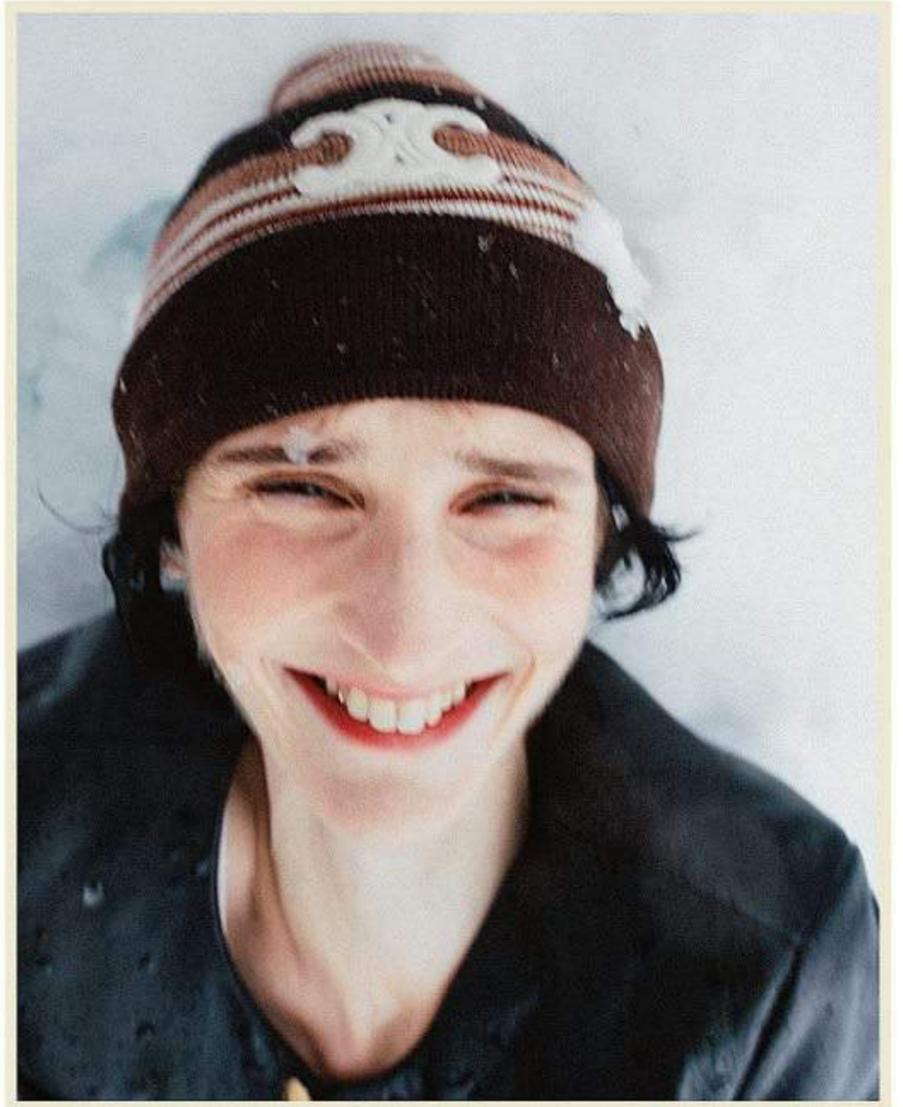
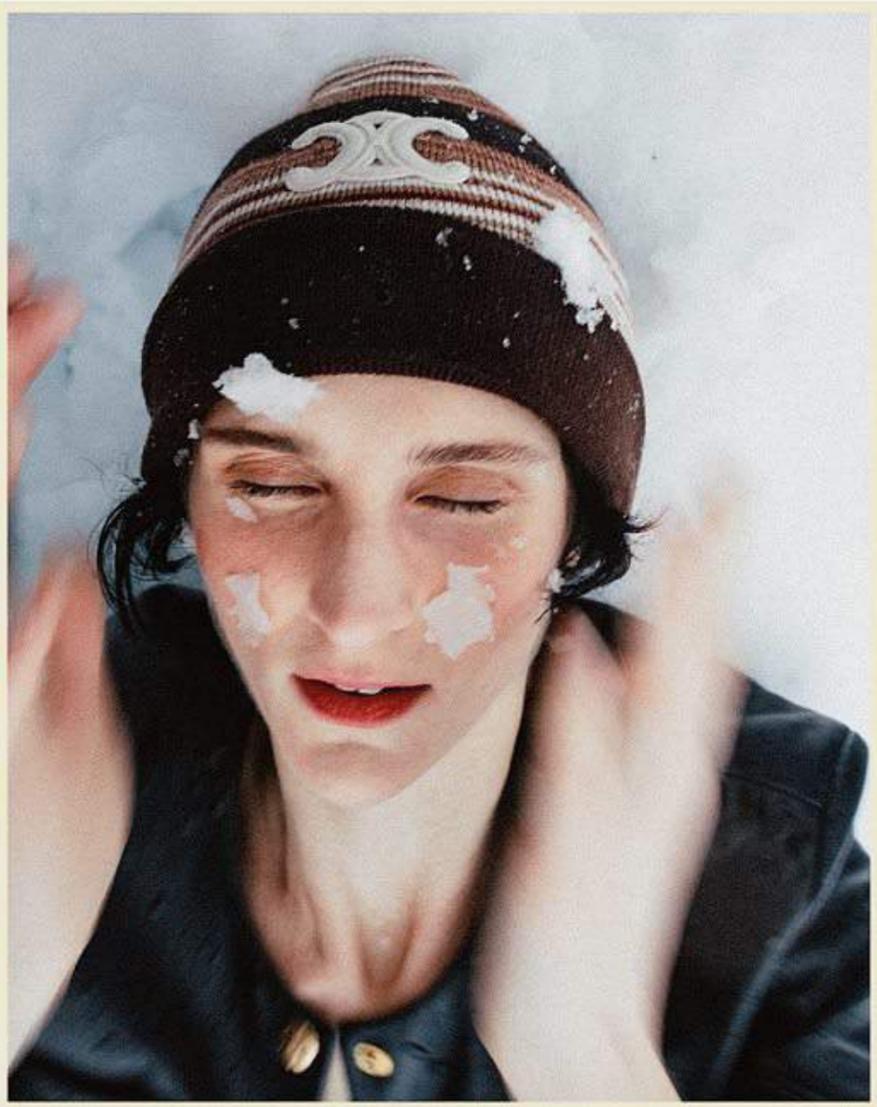
PAGE DE GAUCHE Top en coton, jupe en lin, viscose et coton, **Dries Van Noten**. Bottines à crampons en cuir avec zip frontal, **Gucci**.

SUR CETTE PAGE EN HAUT Top et jupe en papier washi, lin et nylon, **Issey Miyake**. Pochette Multi Pocket Kelly To Go, **Hermès**. Bottines à crampons en cuir avec zip frontal, **Gucci**.

SUR CETTE PAGE EN BAS Surchemise en coton craquant à motif tattersall et détails en agneau rouge H, taille et manches coulissées, **Hermès**. Montre Royal Oak Offshore Chronographe automatique, cadran bleu clair «Lady Tapisserie», diamants taille brillant et boîte en or rose, **Audemars Piguet**.

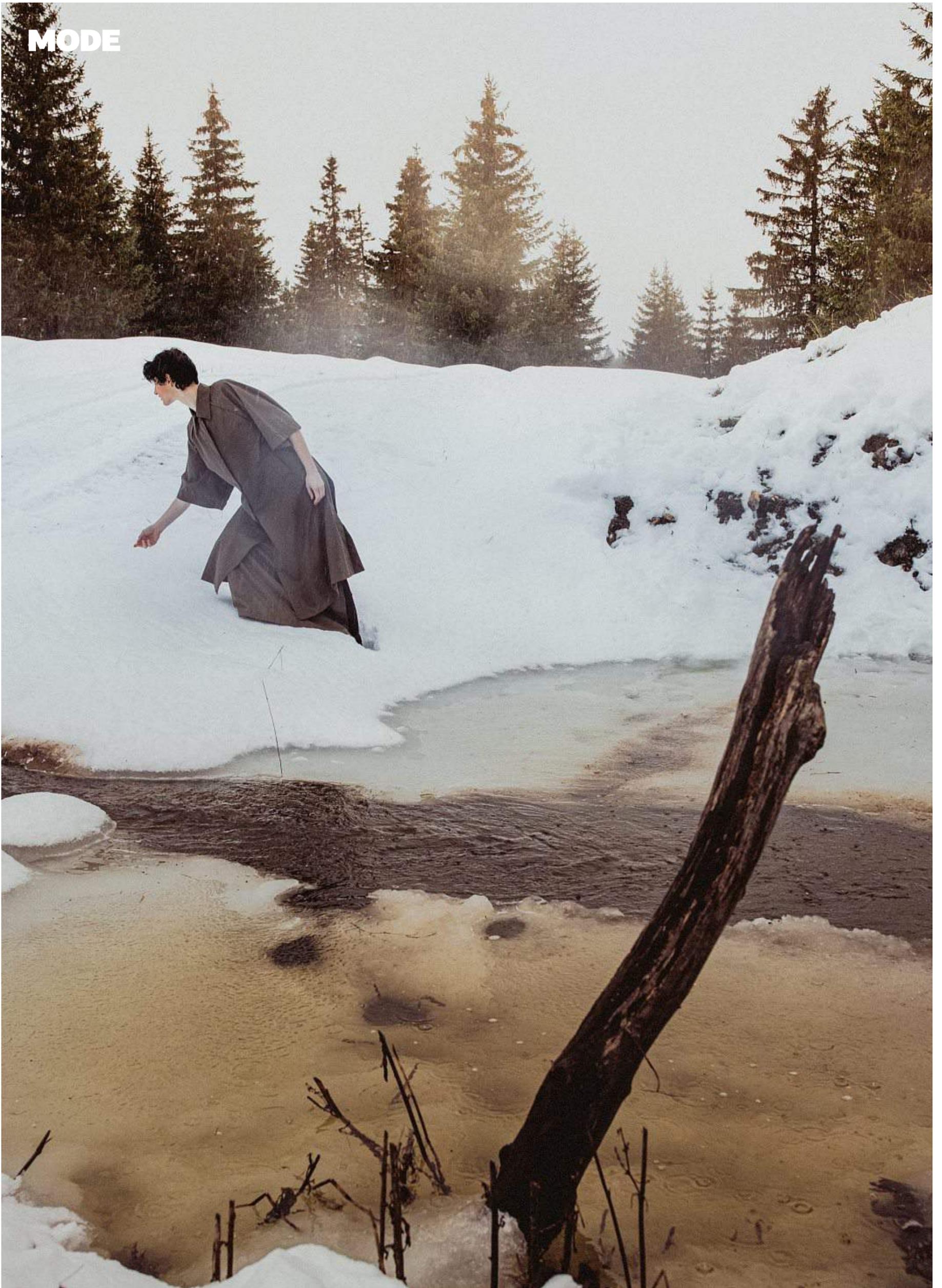
MODE





PAGE DE GAUCHE Veste courte en nylon, rembourrée, et combinaison sans manches en coton léger, extensible avec grandes poches latérales et foulard intégré, **Herno**. Sac Bolide, en cuir de vache et sangle Wooly bicolore, **Hermès**.
CI-DESSUS Veste en cuir de veau, débardeur en jersey de soie et bonnet Triomphe en laine, **Celine by Hedi Slimane**.

MODE



CI-DESSUS Trench-coat et jupe en coton, boots en cuir, *Dior*.

DIRECTION ARTISTIQUE Géraldine Dura **PRODUCTION** Endrit Nurcaj

ASSISTANT PHOTO Camilo Acosta

COIFFURE Massanori Yahiro **MAQUILLAGE** Ania Grzeszczuk

MODÈLE Elodie

MERCI à l'Hôtel du Marchairuz pour son accueil

Electrique **chic**

LA CÉLÈBRE MARQUE AUTOMOBILE CADILLAC, NÉE À DÉTROIT, PART À LA CONQUÊTE DU MARCHÉ EUROPÉEN AVEC SON PREMIER MODÈLE TOUT ÉLECTRIQUE, LA LYRIQ.

TEXTE LA RÉDACTION



DOUCE AUX OREILLES

Si la silhouette extérieure, le design intérieur comme la motorisation de la Lyriq ont été l'objet de soins extrêmes, c'est un autre domaine – peut-être plus étonnant à l'oreille du profane – qui a occupé Jay Kapadia durant près d'un an: le son. Car Cadillac a son propre ingénieur du son, chargé de trouver les petits bruits qui accompagneront toutes les tâches de la voiture, émis quand une ceinture n'est pas attachée ou que la pression des pneus est à contrôler. Mais Jay Kapadia a aussi dû trouver la «mélodie» de la Lyriq, soit le bruit qui signale son arrivée aux passants – les voitures électriques, silencieuses, doivent légalement émettre un «bruit» pour signifier leur présence aux piétons avant tout. Pour ce faire, ce musicien classique passé par un diplôme d'ingénieur s'est intéressé au bruit émis par le soleil dans l'espace, enregistré par la NASA. Retravaillé, c'est une véritable signature sensorielle pour la voiture. «Le son est un pilier très important et totalement sous-estimé. Or il est lié à l'émotion, et c'est pourquoi il devient l'un des aspects critiques de l'achat d'une voiture», assure Jay Kapadia.



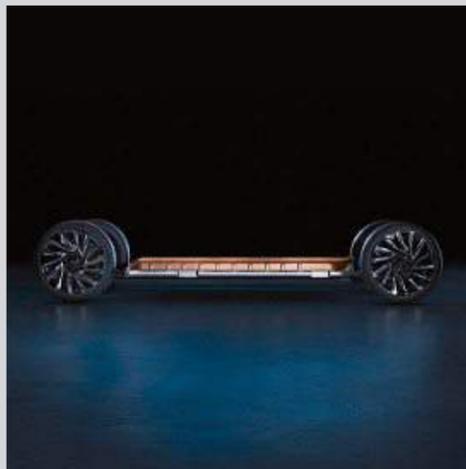
DESIGN COUTURE

C'est Magalie Debellis, une Française, qui est à la tête de l'équipe design de Cadillac et qui a imaginé la Lyriq. Passionnée de mode, elle s'est notamment inspirée de la haute couture. «J'aime par exemple le travail d'Olivier Rousteing pour Balmain, cette idée d'héritage et de modernité à la fois, cette relation à la pop culture, tout comme cela est le cas chez Cadillac!» Etablie à Détroit, le berceau de la marque et de l'automobile américaine de manière générale, elle a aussi été influencée par l'architecture radicale des années 1950. Les phares tout en verticalité, la calandre massive qui évoque un Mondrian confèrent une silhouette immédiatement reconnaissable au véhicule, tandis que son intérieur haut de gamme surprend par sa générosité. Le toit entièrement vitré finit d'offrir cette impression d'espace, aussi pour les passagers arrière.



icône américaine présente dans un nombre record de films (l'ambulance de *Ghostbusters*, pour n'en citer qu'un!), de séries télévisées (des *Sopranos* à *Stranger Things*) et de chansons (*Shut up and drive*, de Rihanna), Cadillac fait son grand retour... en tout électrique! Place donc à une nouvelle venue sur le marché européen de l'e-véhicule haut de gamme: la Lyriq. Spectaculaire de par son design extérieur, qui fait d'ailleurs quelques jolis clin d'œil à l'un de ses illustres aïeux, le modèle Eldorado de 1957, elle offre un habitacle à l'espace généreux et richement équipé, loin de la simplicité qui a parfois été l'apanage des véhicules venus des USA.

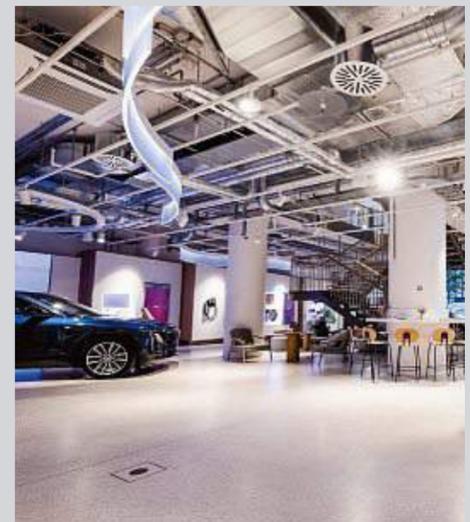
Les concurrents électriques déjà présents sur le continent ont de quoi se faire du souci. La batterie révolutionnaire développée par Cadillac – qui permet des accélérations incroyables au départ arrêté ou en dépassement – promet une autonomie de 530 kilomètres, pour un équivalent de 528 chevaux.



DISCRÈTE BATTERIE
LA LYRIQ EST PROPULSÉE PAR ULTIUM, UNE NOUVELLE GÉNÉRATION DE BATTERIES. DISPOSÉE À LA MANIÈRE D'UN «SKATEBOARD», ELLE OFFRE UN ESPACE INTÉRIEUR GÉNÉREUX.

SHOW-ROOM

La reconquête électrique de l'Europe par Cadillac a démarré en Suisse. Plus précisément à Zurich, où la toute première boutique de la marque a ouvert ses portes à l'automne dernier. Sur la célèbre Bahnhofstrasse, dans un beau bâtiment historique œuvre de l'architecte Julius Brann, un espace généreux (600 m²), véritable flagship store, permet de venir admirer – et essayer! – le nouveau modèle venu de l'autre côté de l'Atlantique. Le show-room élégant, qui se déploie sur deux étages, se veut lieu de rencontres et d'échanges, où l'on peut certes venir en apprendre davantage sur la célèbre marque américaine, mais aussi savourer un café! Et pas n'importe lequel, puisque la maison Mame (ses baristas sont des champions du monde!) y a ouvert sa troisième succursale zurichoise.





Ah, que ces flocons sont glacés! Pour qu'ils ne blessent pas l'épiderme, mieux vaut se couvrir... de crème.

Soins d'altitude

FROID, VENT, RAYONNEMENT UV: EN MONTAGNE, LA PEAU EST SOUMISE À DES CONDITIONS EXTRÊMES. LES MARQUES ONT DONC DÉVELOPPÉ DES SOINS ADAPTÉS. PLACE À LA COLD CREAM!

TEXTE KATRIN ROTH

GANTS, bonnets, sous-vêtements thermiques, pantalon de ski... L'hiver, à la montagne, on s'habille chaudement sans se poser de questions. Mais pense-t-on à notre peau exposée aux courants et au froid? La protéger avec des produits adéquats est tout aussi important que de garder son corps au chaud.

La combinaison de vents glacés et de basses températures entraîne notamment une diminution du flux de sébum et donc

un risque de dessèchement de la peau. A cela s'ajoute que l'on ne transpire guère dans ces conditions-là, ce qui réduit la part de graisse qui parvient à la surface de la peau. Rendu plus vulnérable aux agressions extérieures, notre épiderme peut réagir avec des rougeurs, des tiraillements ou des irritations. Pour éviter cette cohorte de désagréments, les experts préconisent une routine de soins appropriée. «Toutes les situations climatiques susceptibles de modifier les propriétés et les caractéristiques de la peau sont considérées par les spécialistes comme des «circonstances extrêmes»,

précise Roberta Vasconcelos Berg, responsable de la dermatologie esthétique à l'Hôpital universitaire de Bâle Margarethenklinik. En cas de températures glaciales en altitude, il existe un risque de brûlures, de dermatites ainsi que d'altérations vasculaires. Dans de tels cas, il est recommandé d'utiliser un produit de soin de la peau à forte teneur en lipides et à faible teneur en eau.» En effet, si un produit contient trop d'eau, celle-là peut geler sur la peau et, sur la durée, causer différents problèmes.

Les mains, ces oubliées

«Lorsque la peau est exposée à des conditions extrêmes, les soins doivent se concentrer sur son hydratation, sur le renforcement et la protection de la barrière cutanée en réduisant la perte d'eau transépidermique», ajoute le D^{re} Nancy Ilaya, directrice scientifique chez Kiehl's. En 1988, la marque a équipé en produits de soin les alpinistes de la première ascension de la face est de l'Everest sans réserve d'oxygène. Un premier test grandeur nature, au cours duquel l'hydratant Ultra Facial (devenu depuis un produit culte) a rempli toute une série de conditions. La classique Cold Cream fonctionne, elle aussi, comme une sorte de bloqueur de gel. Ses origines remonteraient à une recette du médecin grec Galien, au deuxième siècle après Jésus-Christ... Les alpinistes apprécient ces formules de soins dites Cold Cream pour leur haute teneur en graisses et leur base de cire d'abeille.

La peau doit être particulièrement bien protégée non seulement du froid et du vent, mais aussi du soleil, car le rayonnement UV augmente avec l'altitude – les spécialistes parlent de 4% par tranche de 300 mètres d'altitude – et les rayons sont en outre réfléchis et renforcés par la glace et la neige. Pour Christian Lüscher, directeur de l'entreprise familiale suisse Parsenn, skieur passionné et parfois moniteur, «une bonne protection contre le froid et une protection solaire avec un indice de protection élevé font partie du programme de base des soins de la peau sur le terrain». Mais comme les mains sont souvent oubliées, il a instauré un rituel de soin spécial pour ses élèves, qu'il aimerait recommander à tous les alpinistes: «Dès que mes groupes enlèvent leurs gants au refuge, ils reçoivent tous une portion de crème pour les mains.»



BRRRR!!!

Dans le sens des aiguilles d'une montre: N° 1 de Chanel crème revitalisante au camélia rouge; lisse et repulpe, env. 129 fr., **Chanel**. UV Protective Lip Treatment, protection et soin des lèvres, env. 60 fr., **Clé de Peau Beauté**. Eight Hour Creme, baume apaisant réparateur, hydratant, env. 40 fr., **Elizabeth Arden**. Crème pour le visage contre les éléments, 59 fr., **Aesop**. Ultra Facial Creme; renforce la barrière cutanée, 40 fr., **Kiehl's**. Rêve de miel, baume lèvres au miel, env. 18 fr., **Nuxe**.



Sophie Lacoste

L'ENTREPRENEUSE PILOTE AVEC BRIO FUSALP, LA MARQUE FRANÇAISE QUI GLAMOURISE LES TENUES DE SKI. LA MONTAGNE ET L'ART SONT SES TERRITOIRES.

PROPOS RECUEILLIS PAR RENATA LIBAL

DANS la boutique zurichoise, la dernière de ses six adresses suisses, Sophie Lacoste caresse ici une chapka en fourrure synthétique, ailleurs un manteau plus pink que pink. Depuis douze ans que la marque française Fusalp est entre ses mains et celles de son frère Philippe, un style à la fois technologique et glamour s'est imposé sur les pistes de ski. Héritière de la famille Lacoste, celle au crocodile, la sportive, entrepreneuse et... comédienne porte un pantalon aux imprimés seventies, emblématique d'une marque qui a connu ses heures de gloire sur les corps de skieurs comme Jean-Claude Killy ou Marielle Goitschel. Le nom rappelle cette vocation, contraction des mots «fuseau» et «alpes». Si, aujourd'hui, 60% du chiffre d'affaires tient aux vêtements urbains, l'esprit sport n'est jamais loin: «Un dialogue entre technicité et style», résume Sophie Lacoste. La devise va bien à cette femme de 47 ans, deux enfants adolescents, poigne déterminée et sourire conquérant. Elle raconte son univers en coups de cœur.

Vous êtes passée de la raquette au ski, quel sport vous décrit le mieux?

Le tennis était un passage obligé, mais le ski est mon sport de prédilection, en lien avec mes racines savoyardes, du côté de ma maman. Ces temps, je privilégie le **ski de randonnée (3)**, paisible, presque contemplatif.

Et où le pratiquez-vous?

Nous avons un appartement à **Megève (5)**, mais St-Moritz incarne pour moi les vacances de neige ultimes: paysages majestueux et maisons traditionnelles. Un cocon... Je m'arrête volontiers au restaurant **Paradiso (2)**.

Quelle tenue de ski portez-vous cet hiver?

J'adore la version imprimée de l'ensemble Cléa, mais aussi la **collection capsule avec Swarovski (1)** ou Pucci. Ma belle-sœur Mathilde, qui dirige la création, a un sens incroyable des couleurs.

Porosus, le fonds de dotation familial, soutient les jeunes talents...



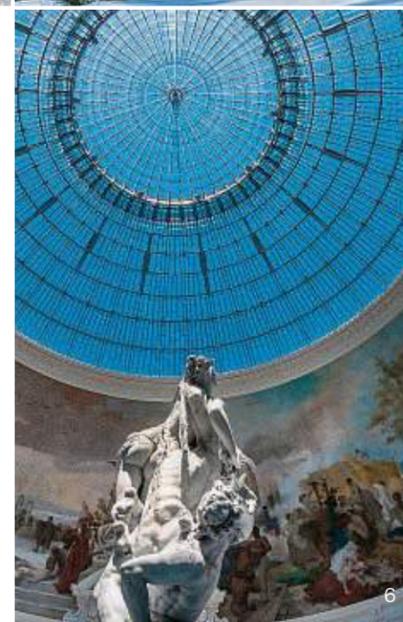
Notamment dans le sport et la culture, dont l'humoriste suisse Rébecca Balestra – j'adore ses stand-up si puissants! Les jeunes ont besoin d'un soutien financier pour espérer percer. Ma tante **Catherine Lacoste (4)**, qui a remporté l'US Open en golf, dit toujours que si elle a gagné, c'est qu'elle a d'abord pu y aller...

Vous-même avez été comédienne, à la tête d'une compagnie durant dix ans. Quels théâtres fréquentez-vous?

Je suis une grande admiratrice du Festival d'Automne, à Paris, et de sa programmation visionnaire. En septembre dernier, le chorégraphe américain Trajal Harrell a dansé dans la rotonde de la **Bourse de Commerce (6)**, une idée merveilleuse! Et je vais vous étonner, mais je suis avec passion le programme du théâtre de Vidy, à Lausanne. Je vois au moins trois spectacles par saison.

Un lieu qui vous aime?

Le Pays basque! A Saint-Jean-de-Luz, j'éprouve un sentiment d'appartenance. Le sentiment d'être chez soi. ☺



L'interview entier est à découvrir sur notre site.

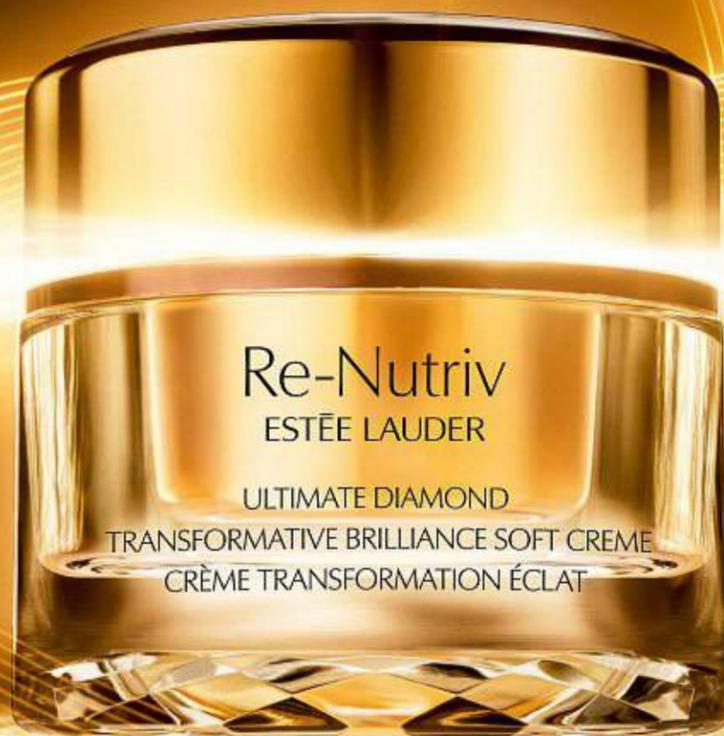
Re-Nutriv

ESTÉE LAUDER

LE POUVOIR DE REMONTER LE TEMPS

INVERSEZ VISIBLEMENT LES SIGNES DE L'ÂGE
EN SEULEMENT 14 JOURS

AGIT SUR 6 MARQUEURS DE JEUNESSE
ÉCLAT, TÂCHES PIGMENTAIRES, RIDES
UNIFORMITÉ, FERMETÉ, MARQUES D'ACNÉ



INSPIRÉE DE LA SCIENCE DE LA LONGÉVITÉ
ENRICHIE DE LA TECHNOLOGIE SIRTIVITY-LP™

29 BREVETS