

encore!

LE STYLE EN PLUS

GASTRONOMIE

L'ÉLAN SOLAIRE
DU CHEF
MORY SACKO

MONTAGNE

LE LUXE
PREND DE
L'ALTITUDE



FÊTES

EN MODE FAUVE,
POUR DES NUITS
QUI RUGISSENT

DÉCEMBRE 2024

 Le Matin
Dimanche





DIOR

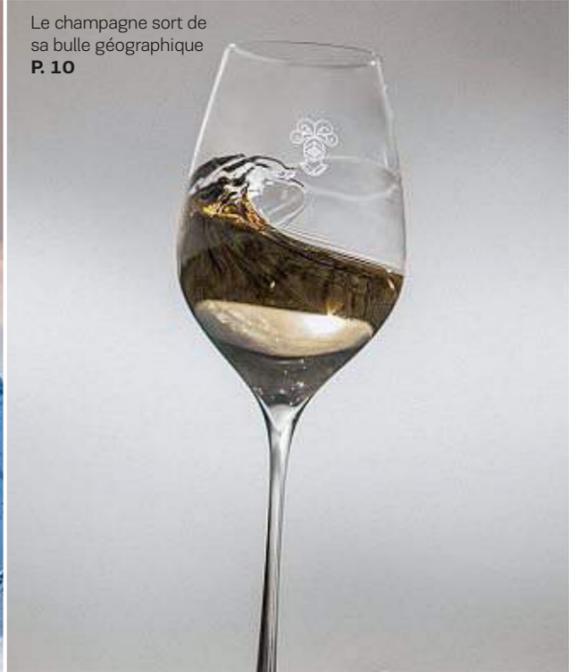
**Bienveillants.
Nous l'étions avant
que tout le monde en parle.**



Les continents se croisent dans la cuisine du chef Mory Sacko P. 16



En hiver, le luxe prend de l'altitude P. 26



Le champagne sort de sa bulle géographique P. 10

FÊTES | DÉCEMBRE 2024

SUJETS

12 Horlogerie

Mickey & Co: des montres pour les grands enfants

13 Swiss Made

Les skis de Lucas Bessard ont une âme

14 Beauté

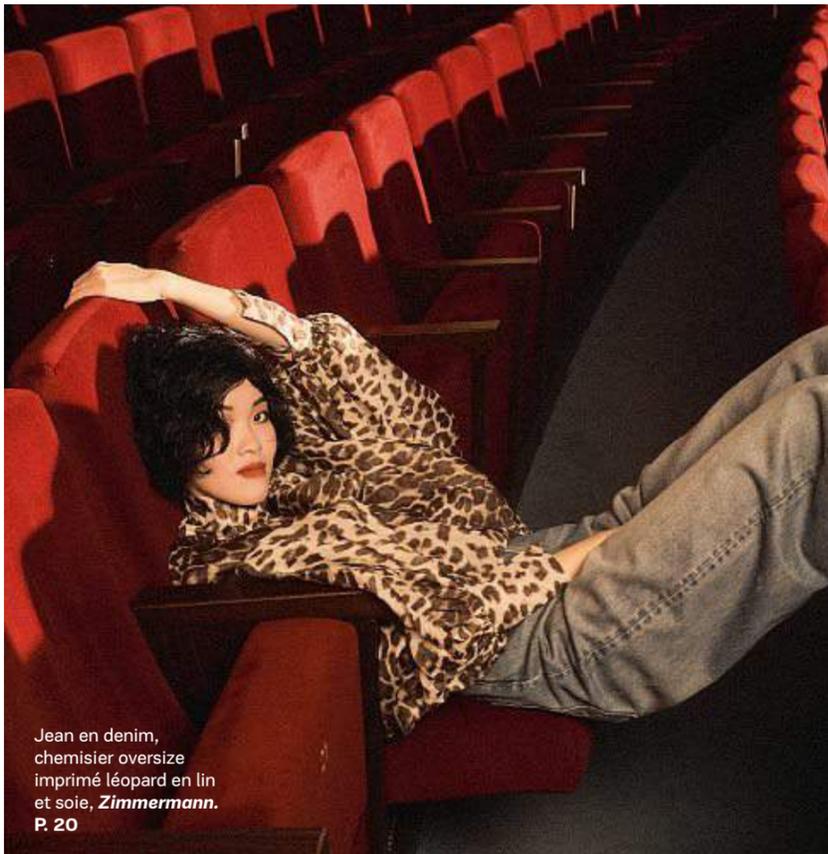
Pourpre et brillant, le make-up qui vient du fin fond du cosmos

31 Ses Goûts

Le starchitecte Jacques Herzog parle de Bâle, sa ville de cœur

RUBRIQUES

5 Merveilles: une vaisselle de fête(s), un après-ski stylé et des bijoux qui font tourner les têtes **30 Shopping: hauts ou bas sur pied, les verres illuminent la table**



Jean en denim, chemisier oversize imprimé léopard en lin et soie, Zimmermann. P. 20



COUVERTURE

Robe patineuse en maille jacquard, **Alaïa**. Bracelet Panthère Indomptables Tigre et Girafe en or jaune, laque noire, tsavorite et onyx; bague Panthère Graphique en or jaune, tsavorite et onyx; bague Panthère Graphique en or jaune, laque, péridots et onyx, le tout **Cartier**.

PHOTOS
Antoine Henault
STYLISME
Simon Pyllyser



L'émouvante beauté des panthères

JAMAIS! NE JAMAIS OUBLIER DE RUGIR... Il faut essayer ce cri fondamental, cette tempête qui remonte des entrailles et racle la trachée au passage... Vous y êtes? Libérateur, non? Sans aucune prétention psychanalytique, les instants fauves d'une journée permettent d'évacuer les irritations menues qui parsèment le quotidien et de reprendre confiance en sa puissance animale. «Roaaaaar», vous dis-je! A grand renfort de taches et de zébrures, le bestiaire – pardon! le vestiaire, évidemment... – de fin d'année en appelle justement à la fibre sauvage en chacun de nous. Plutôt tigre ou guépard? Lionne, panthère, jaguar, lynx ou puma? De la pelisse à la botte montante, du pendentif au chemisier de soie,



Renata Libal, rédactrice en chef

chacune peut apprivoiser son félin personnel (voir nos images de mode en P. 20). Chacun aussi: il n'y a pas de genre à l'envie de rugir. Et il n'y a pas de hasard, en mode! Si, soudain, émergent tant de belles bêtes sauvages, on peut y voir comme une résistance au climat ambiant... Avec panache, opposer la douceur du pelage à la rugosité des gilets pare-balles – par exemple. Voilà la grâce plutôt que la rigidité, la dignité plutôt que la grossièreté, la délicatesse plutôt que la force brutale, la fragilité plutôt que les certitudes. On ne montre pas les crocs – ça non! L'animal social se drape dans sa (fausse) fourrure d'un jour, d'une saison, et se protège ainsi du mauvais œil de l'actualité. Puissent les forces conjointes de tous les fauves de la savane nous accompagner vers une année 2025 élégante. A pas feutrés...

encore! est un supplément du **Matin Dimanche** et de la **SonntagsZeitung**. Il ne peut être vendu séparément. Adresses: encore! TX Group SA, Avenue de Sévelin 46, case postale 1170, 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 Nurca **Ont participé à ce numéro:** Textes: Silke Bender, Mathilde Binetruy, Kristin Mueller, Julie Queloz, Pierre Thomas (www.thomasvino.ch) **Photos:** Jeremy Bierer, Antoine Henault **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 Barral **Responsable commerciale:** Annina Flückiger **Publicité Print Suisse romande,** Goldbach Premium Publishing AG, av. de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 21 349 50 50, publicite.lausanne@tamedia.ch **Publicité Print Suisse alémanique,** Goldbach Premium Publishing AG, Seestrasse 39, 8700 Küssnacht, 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, 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 Beteiligungsmangement GmbH, dreifive Group AG, DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zürich AG, Edita S.A., Goldbach Audience Austria GmbH, Goldbach Audience AG, Goldbach Austria GmbH, Goldbach DooH (Germany) GmbH, Goldbach Germany GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Manufaktur AG, Goldbach Media Austria GmbH, Goldbach Media AG, Goldbach Neo OOH AG, Goldbach NeXT AG, Goldbach Premium 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, OFEX AG, Plakanda GmbH, Plakatron 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-Novi 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 œuvres ou prestations. L'exploitation intégrale ou partielle des annonces par des tiers non autorisés, notamment sur des services en ligne, est expressément interdite.



Les couverts parfaits pour servir des huîtres ou un homard thermidor.

VAISSELLE

Table marine

Voilà une sélection de pièces qui arrive à point nommé pour la saison des repas de Fêtes... Dior Maison vient de dévoiler une vaisselle faite semble-t-il précisément pour la dégustation raffinée d'huîtres et de fruits de mer: sur une porcelaine de Limoges d'une délicatesse sans pareille, des hippocampes, des coquillages et des coraux ont été peints à la main. Assiettes, mais aussi vases et autres objets de décoration ont ainsi été sublimes par l'artiste romain Pietro Ruffo. Les créations de ce plasticien ont déjà souvent, par le passé, accompagné la mode de Maria Grazia Chiuri. Pour ces motifs – la collection s'intitule Merveilles de la mer –, l'homme s'est inspiré d'un détail de la collection croisière 2025, présentée ce printemps à Edimbourg, en Ecosse: des hippocampes ornaient

les colliers à tendance punk des mannequins. Il n'est à vrai dire pas très étonnant que les arts de la table fassent désormais aujourd'hui partie de l'offre fixe de la maison de mode. Une orientation même logique: son fondateur, Christian Dior, aimait en effet la bonne cuisine presque autant que l'atelier. Dans les archives secrètes du Dior Heritage, à Paris, on conserve ainsi avec un soin infini les menus manuscrits de la main même de «Monsieur Dior». Car, fin gourmet, il avait l'habitude de mettre par écrit ses recettes comme ses petits plats. Son livre de recettes, «La cuisine cousumain», se négocie d'ailleurs aujourd'hui à des prix de collection élevés. *Silke Bender*

Vaisselle Cruise 25 Curiosités de la mer, Dior Maison, dior.com

BONNE BOUCHE

Dernière vendange



PAR PIERRE THOMAS

A la Colline de Daval, c'est le «vin de la patronne», Monique Caloz-Evéquoz. Elle nous a annoncé prendre sa retraite, pour laisser place à la jeune génération. Ses trois enfants, Benoît, Damien et Virginie, ont rejoint cette dynamique entreprise sierroise diversifiée. Ce printemps, on y a inauguré un bâtiment dans la plaine du Rhône, destiné aux pommes Pink Lady, aux abricots, aux asperges, aux confitures et conserves. Il abrite aussi une vintothèque, tandis que la cave demeure sur la colline issue du grand éboulement de Sierre, lors de la dernière glaciation, il y a 15000 ans. Juste à côté du Castel, un ancien château... d'eau, transformé en résidence œnotouristique de cinq chambres cosy. La famille Caloz propose à la dégustation les vins des 6 hectares de ses deux domaines. Le fendant, la petite arvine et le cornalin sont cultivés à la fois à Chamoson et à Sierre. Sur ces crus veille la caviste Jessica Lamon, alors que le papa, Bertrand Caloz, se retire progressivement. Fierté de «la patronne», cette cuvée rouge est atypique en Valais. Sur l'étiquette, accolé à Daval, le «rone» (sans le h du Rhône!) renvoie à l'amarone transalpin. Mais au lieu d'être séchés sur claies en hangar, comme du côté de Vérone, les raisins sont mi-flétris sur souche, comme pour la malvoisie du Valais, en toute fin d'automne. Pinot noir, gamaret et diolinoir sont récoltés à 120 degrés Oechsle, soit à un très haut taux de sucre naturel, qui se traduit par 15,5 % de volume d'alcool. Puis ce nectar est élevé dix-

huit à vingt-quatre mois en barriques neuves de chêne français.

A la dégustation, ce rouge capiteux mais sec offre un nez complexe, avec des notes de chocolat et de café, retrouvées en bouche, pour une longue et savoureuse persistance. Parfait pour sanctionner la retraite du sursigné, dont c'est ici la dernière chronique.



L'étiquette: Davalrone 2021
Le prix: 34 fr. / 75 cl
L'adresse: collinededaval.ch



HORLOGERIE

Qui n'a pas son Warhol?

Certains standards d'élégance ne se démodent jamais... Il en est ainsi de la montre jadis tant aimée par le grand, l'unique, le fabuleux artiste américain Andy Warhol. Le roi du pop art, décédé en 1987, était proche de l'horloger et joaillier suisse Yves Piaget. Il participait à ses fêtes flamboyantes... et possédait sept montres. La plus célèbre était la Black Tie, créée en 1972, avec son boîtier en forme de coussin. Elle a été rééditée en 2014, mais dès cette année, pour les 150 ans de la maison, elle porte aussi le nom de l'artiste, à la suite d'un accord exceptionnel avec sa fondation. Les nouvelles variations tablent sur des cadrans en pierre dure, faisant de chacune une petite œuvre d'art unique. *Renata Libal*

Andy Warhol Clou de Paris, or blanc, guillochage manuel, cadran météorite bleue, personnalisable, Piaget, 56 000 fr.



La salle commune de l'hôtel a été conçue comme un salon intime et – terriblement – cosu.

HÔTEL

Le charme de l'ennui

Perché à 1550 mètres d'altitude sur l'Ehrwalder Alm, dans le Tyrol autrichien, tel un nid d'aigle cosu, l'eriwo Alpine Hide vient d'ouvrir ses portes. Davantage qu'un hôtel, un endroit – réservé aux adultes – pour se mettre en retrait de l'agitation du monde. «Nous incitons nos hôtes à s'ennuyer», prône ainsi Henning Schaub, l'hôte des lieux. A lui seul, le trajet pour y accéder est un exercice de lenteur: les invités arrivent ici en cabine de la vallée, en survolant champs enneigés et sombres forêts. Dans les suites, où trônent des baignoires en pin cembro, des lecteurs de disques et des jeux de société invitent à éteindre les smartphones et à se concentrer sur l'ici et maintenant. A admirer,



L'une des neuf suites du nouvel eriwo Alpine Hide.

à travers les baies vitrées, les montagnes environnantes, les sombres forêts et les lacs. A humer le parfum du bois local qui a été généreusement utilisé pour créer les meubles. Le trio de propriétaires – des amis du Tyrol – a tenu à travailler avec des matériaux et des artisans locaux. Car l'idée de communauté est ici fondamentale. C'est elle aussi que symbolise la longue table située à l'entrée, pôle de rencontres et d'échanges. Mais il est aussi possible de s'initier à la poterie, de chercher des champignons ou de regarder les étoiles. *Tina Bremer*

Hôtel eriwo Alpin Hide, Ehrwalder Alm, Tirol, Österreich. Suite (3 nuits min.) dès 1600 fr., eriwo.at.

MODE

Passion après-ski



Exit les métropoles saturées, vive les stations de ski huppées! Pour témoigner de son amour pour les pentes enneigées et l'ambiance à nulle autre pareille des villes de montagne, rien ne surpasse un pull après-ski qui annonce la couleur sans détours. Plutôt Verbier, Crans-Montana ou Saint-Moritz? Qu'importe, tant que la pièce en question protège du froid, permettant de se glisser du canapé près de la cheminée à la terrasse pour un verre de vin chaud sans avoir à enlever et remettre non-stop sa doudoune. Ce pull-over, constitué de laine cardée à 90% et de 10% de cachemire, tient largement ses promesses. Plusieurs marques s'amuse cette saison de cette manière, déclinant sur vêtements leur station favorite, à l'instar de MC2 Saint Barth avec l'Italienne Cortina. La montagne est décidément devenue le nouveau terrain de jeu préféré des plus prestigieuses maisons de mode (*lire aussi en page 26*). Prendre de la hauteur, quel luxe. *Julien Pidoux*

Pull St. Moritz, en laine cardée et cachemire, Ka/Noa, 388 fr., kanoaitalia.com

BIJOU

Point de repère

La maison Wellendorff a dévoilé sa bague de l'année prochaine, sertie de brillants et limitée à 225 exemplaires. Son nom, *Meilensteine* (jalons, en français), évoque ces moments charnières de la vie qui deviennent de précieux souvenirs. *T.B.*

Bague de l'année 2025, 18 400 fr., Wellendorff, wellendorff.com



Les pièces les plus spectaculaires de la nouvelle collection Tubogas de Bvlgari.

JOAILLERIE

Courbes d'or

Comme un soleil – mieux, seize soleils! – au milieu de la grisaille. La maison Bvlgari a présenté sa toute dernière collection de joaillerie Tubogas, rayonnante. Forcément, puisque la marque romaine a choisi l'éclat de l'or jaune pour ces seize pièces. Tubogas, c'est cette technique caractéristique de l'entreprise – un savoir-faire complexe développé par les artisans de la maison – qui fait s'imbriquer fluidement des bandes en or sans la moindre soudure, offrant une flexibilité inattendue.

Au total donc, seize pièces de joaillerie, de la plus sobre – si tant est que cet adjectif puisse qualifier cette collection – à la plus spectaculaire. Il y a ainsi plusieurs bracelets, en version épurée ou orné de clous

ultramodernes sertis de diamants, voire avec un serpent aux yeux en onyx noir (le bracelet Serpenti Tubogas), une autre icône de la maison. Plusieurs colliers, certains au ras du cou (les trois modèles ornés d'une tanzanite, d'une rubellite ou d'une tourmaline verte offrent un supplément de sophistication) viennent compléter l'offre. Mais ce sont les modèles illustrés ci-dessus qui feront assurément tourner les têtes cette saison. Des bracelets aux pierres travaillées en sphère et surmontées d'une rosace de diamants qui proclament haut et fort que la maison, parfois, aime déroger aux règles du *quiet luxury*.

Julien Pidoux

Collection Tubogas, Bvlgari, bulgari.com



HÔTEL

Réserve en ligne

Encore à la recherche d'un cadeau de Noël? La toute nouvelle boutique en ligne de La Réserve arrive à point nommé. Le groupe hôtelier de luxe s'est laissé inspirer par ses établissements de Zurich, Genève, Paris et Ramatuelle pour proposer des produits signatures comme des bougies parfumées maison, des peignoirs, des parfums ou des casquettes en daim. Coup de cœur: le baguier éléphant, pour déposer sur sa trompe toute une ribambelle d'anneaux. T.B.

Baguier éléphant, argent, 164 fr., shop.lareserve.com



LINGERIE

Doux jour douce nuit

Une saison à ne pas mettre une frileuse dehors... Pour celles qui ambitionnent d'hiberner jusqu'en mars, cet ensemble de jour comme de nuit sera l'uniforme idéal. Fluide pour la liberté de mouvement. Élégant pour pouvoir ouvrir la porte en cas de coup de sonnette. Fleuri pour attendre le printemps. R.L.

Pyjama Velida, Beldona, bas 119 fr., haut 139 fr.

L'art de voler pour les nuls

TOY TOY TOY



PAR JULIEN PIDOUX

Leur petit bruit de moustique au-dessus de nos têtes a de quoi agacer, on est d'accord. Leur manipulation est souvent trop compliquée.

Leur prix a de quoi rebuter... Mais ce petit bijou technologique qui tient – réellement – dans le creux de la main pourrait changer l'image une bonne fois pour toutes sur les drones de loisir. D'abord en raison de son prix (199 francs), qui lui permet de figurer en bonne position sur la prochaine *wishlist* de Noël. Mais surtout parce que ce Dji Neo est à mettre entre toutes les mains, même les plus inexpérimentées. La



Neo, le (tout) petit dernier de la marque Dji.

preuve? Il suffit de regarder le minutoriel pour réussir des prises de vue que l'on pensait réservées à des réalisateurs hollywoodiens. On peut certes le piloter via son smartphone (jusqu'à 50 mètres de distance) ou une télécommande ad hoc (10 kilomètres! Mais l'accessoire est vendu à part), mais on adore les programmes préenregistrés: on le pose sur la main, un clic et le drone s'envole pour – à choix – suivre son sujet dans sa descente de luge, lui tourner autour tel un aigle, s'éloigner zénithalement... et j'en passe. Des images en format 4K s'il vous plaît, que l'on peut télécharger sur son smartphone de manière intuitive, pour pouvoir ensuite monter notre petite séquence à destination, par exemple, d'Instagram. Son autonomie (dix-huit minutes, modèle de base) est certes réduite, mais cela permet de tourner tout de même pas mal de séquences. L'Oscar est à portée de main.

dji.com/ch/neo

BIOThERM

PEAU PLUS FERME EN SEULEMENT 4H¹



CRÈME ANTI-ÂGE BLUE PEPTIDES UPLIFT DAY CREAM



[1] Test instrumental, 40 femmes, après 4H [2] in-vitro test avec fractions de peptides de collagène et Life Plantion [3] Autoévaluation, 50 femmes, 8 semaines, % de satisfaction



Les plus grandes maisons productrices de champagne acquièrent des vignobles hors de l'appellation d'origine, jusque dans le Kent, tout près de Londres.

Un monde de bruts

PETITS OU GRANDS BONHEURS, IL EST DE TOUTES LES CÉLÉBRATIONS. MAIS LES VARIATIONS DE CLIMAT ET L'ÉMERGENCE DE NOUVEAUX MARCHÉS OBLIGENT LE CHAMPAGNE À SORTIR DE SA BULLE. LE VOILÀ À DEVOIR EXPLORER DE NOUVEAUX TERRITOIRES.

TEXTE JENNIFER SEGUI

E LLES PRENNENT l'ascenseur dans les flûtes, se disputent la place à la surface... Fines et légères, les bulles de champagne déclarent que l'ambiance est à la fête. Mais n'est pas champagne qui veut! Le nom du célèbre vin effervescent reste lié à une méthode et à un terroir bien français. L'appellation est jalousement surveillée par le gardien du temple, le pointilleux Comité Champagne. Celui-là même qui, en 1993, interdisait à la maison Saint Laurent de sortir un parfum nommé Champagne destiné aux «femmes heureuses, légères et qui pétillent». Ou qui, plus tard et plus suisse, dénonçait l'utilisation par la commune vaudoise de Champagne de son propre nom sur ses paquets de flûtes... au beurre! Produit exclusivement sur le territoire de l'AOC Champagne, soit 34000 hectares de vignes répartis sur 319 communes dans la région de Reims, le vin ne s'élabore qu'à partir de trois cépages: chardonnay, pinot noir et pinot meunier. La méthode, séculaire, est dite champenoise: la double fermentation lui confère son effervescence naturelle.

Or ce petit monde bien rangé de 390 maisons et quelque 16200 vigneronns pourrait bien appartenir au passé. Les bouleversements climatiques, l'évolution de la consommation, la mondialisation et la concurrence (le Cava espagnol ou le Prosecco italien) obligent à élargir le champ des possibles. Les grandes familles traditionnelles s'aventurent en terres inconnues.

En septembre, aux côtés de son père, Vitalie Taittinger, présidente du groupe du même nom, arpenteait les rangées impeccables du tout nouveau vignoble familial, le domaine d'Evremont. Vignes en coteaux, sol riche de diversité, les nouvelles terres, achetées en 2015, semblent tenir leurs promesses. Leur particularité? La famille a choisi le Kent, au sud-est de Londres, pour y planter 34 hectares et produire un *sparkling wine* en méthode traditionnelle.

Avant les brumes anglaises, il y a déjà eu le soleil de la Napa Valley, en Californie. Taittinger, mais aussi Moët-Hennessy y possèdent des vignobles dédiés au vin effervescent. Cette migration des cépages et des méthodes de vinification n'étonne pas vraiment Antoine Lejeune, sommelier du restaurant Émotions de Guy Ravet, au Grand Hôtel du Lac, à Vevey: «Les Anglais, que ce soit dans le Kent ou dans le Sussex, produisent déjà de très bons pétillants. En France, en Bretagne, où le climat est comparable, je sais qu'il y a des vigneronns qui ont pour projet de faire des effervescents selon la méthode traditionnelle. La région de Franciacorta en Italie, avec son sol graveleux et son climat humide, concurrence déjà les champagnes.»

Pour faire face à l'augmentation de la demande de Chine ou des États-Unis, les producteurs cherchent à s'adapter. Les caprices du

climat les y poussent aussi, puisque les régions traditionnelles du champagne voient se multiplier, depuis quelques années, les vendanges précoces, les degrés d'alcool plus élevés, l'acidité en baisse et les maladies de la vigne. Selon un rapport du bureau d'études S&P Global, l'exposition de la région de Champagne aux risques liés à la sécheresse aura quasiment triplé d'ici à 2050.

Divine acidité

Certaines maisons parient sur le bio et révolutionnent leur manière de faire, faisant souffler un vent nouveau. Ainsi des champagnes Telmont, qui cultivent un esprit poil à gratter. En mains familiales depuis ses débuts, la maison est désormais soutenue par le groupe Rémy Cointreau, l'acteur Leonardo DiCaprio et Ludovic du Plessis, son charismatique président. Son premier champagne 100% biologique, un extrabrut minéral et frais, est justement nommé «Réserve de la Terre». Pour ce domaine, le défi est immense, mais inévitable. Ludovic du Plessis en est persuadé: «Le champagne est bon quand la terre est belle.» Pour suivre ce mantra, Telmont, dont 5% des vignes sont actuellement certifiées biologiques, envisage une conversion totale dans les années à venir. Chez Telmont, on dit non aux emballages inutiles, on n'utilise que des bouteilles recyclables à 82%, on ne recourt plus aux avions pour les livraisons. Et on allège les bouteilles: «Les traditionnelles champenoises pèsent 835 grammes. Depuis quelques mois, nous expérimentons une bouteille de 800 grammes qui parvient à résister malgré les six bars de pression qu'exerce le liquide à l'intérieur. Cela n'a l'air de rien mais multiplié par des millions de bouteilles, et adopté par tous les producteurs, cet allègement peut faire une réelle différence.» explique l'enthousiaste CEO. Plein de vitalité, cet extra brut correspond parfaitement aux champagnes désormais plébiscités par les amateurs, ceux qu'Antoine Lejeune rencontre de plus en plus dans sa salle de restaurant: «Depuis quelques années, il y a un changement dans le goût du champagne dû à l'évolution climatique et au fait que, dans sa région productrice, il fait un peu plus chaud. Forcément, les sucres sont davantage présents dans les baies. Ce qui est intéressant, c'est que maintenant on peut s'appuyer sur le sucre résiduel pendant la vinification. Et donc faire un champagne non dosé puisque ce seul sucre va suffire et rendre l'ajout de liqueur de vin sur la fin de son élaboration inutile.»

En Suisse aussi, on surfe sur la tendance: le Brut millésimé de Jacques Germanier en Valais ou le Hermann Brut de Roman Hermann dans les Grisons font partie, selon Antoine Lejeune, des chouchous que l'on retrouve désormais sur les plus belles tables de Suisse. Des vins qui, même s'ils ne portent pas le nom de champagne, en ont visiblement toute la noblesse. ●



UNE AOC ÉTENDUE

Envisagée depuis des années, la délicate révision de l'aire AOC Champagne prévue pour 2026 ajouterait une quarantaine de communes à l'appellation. L'offre – 299 millions de bouteilles expédiées en 2023 – en serait consolidée, grâce à des parcelles moins exposées au sud et à la sécheresse.



SWAROVSKI

ARIANA GRANDE IN SWAROVSKI MILLENIA



Au poignet, autour du cou ou dans la poche, la montre s'amuse en puisant dans le monde coloré des héros de l'enfance.

C'est l'heure de la récré

LES MONTRES S'AMUSENT AVEC DES RÉFÉRENCES POP, SOUVENT EMPRUNTÉES À L'UNIVERS DU JOUET.

TEXTE MATHILDE BINETRUJ

C'EST UNE INVASION. Sur les cadrans de montres, les personnages de dessins animés chahutent avec les héros de l'enfance. Spider-Man chez Audemars Piguet, Popeye sur le cadran de Réservoir, un smiley sur une série limitée à 50 exemplaires signée Richard Mille. Impensable, il y a quelques années encore, d'imaginer une telle bronca! Les références horlogères mettaient leurs mouvements en valeur avec sérieux et élégance. Aujourd'hui, la cloche de la récré sonne pour une industrie qui se tourne vers la GenZ, celle qui mixe luxe et pop culture.

Maîtresse, maîtresse! C'est Gérald Genta qui a commencé! En 1984 déjà, il assume un rôle de cancre du bon goût et présente la première montre à l'effigie de Mickey. Le designer l'associe à sa complication favorite: la répétition minutes. Cette approche iconoclaste, décriée par l'horlogerie conservatrice, est plébiscitée par les clients. Quarante ans plus tard,

Mickey s'est fait de nouveaux copains. Super Mario chez Romain Jérôme (2015), Popeye dans une version signée Franck Muller (2022), Kermit la grenouille au sein de la famille Oris (2023) pour ne citer qu'eux.

L'arrivée de ces personnages aux poignets coïncide avec l'avènement de jeunes milliardaires dans l'industrie tech, ceux qui considèrent que le duo jogging et sneakers griffées fait un bon costume de bureau. Ces enfants prodiges font bouger les lignes dans les industries du luxe. Il va sans dire que leur exemple, par la grâce des réseaux sociaux, séduit la génération ultraconnectée. Les horlogers comprennent que puiser dans le monde de l'enfance donne un supplément de nostalgie aux montres. Et les voilà qui mélangent superhéros et prouesses techniques. Car le détail commun de toutes ces créations régressives est d'être couplées à des complications de haute volée... extrêmement onéreuses. Comprendre: tout le monde ne va pas pouvoir s'offrir un tourbillon à un million, même si le motif du cadran semble échappé de *Picou Magazine*. ☺

JEUX D'HEURE



ARACHNÉENNE

Entre magie et univers parallèle, cette montre réalisée en collaboration avec Marvel rend hommage à Spider-Man. L'homme araignée tisse sa toile sur le cadran, un tourbillon en arrière-plan. *Audemars Piguet Royal Oak Concept Tourbillon Spider-Man, remontage manuel, 42 mm, titane, étanche à 50 m, 250 exemplaires, prix sur demande.*



DRÔLE

Un rond jaune, deux yeux ovales... Le célèbre smiley s'invite sur le cadran de ce tourbillon de haut vol, pop et coloré. En voilà une montre qui donne le sourire! *Richard Mille RM 88 Tourbillon Automatique Smiley, mouvement automatique, céramique blanche ATZ et or rouge, 48,15 mm x 39,74 mm x 13,30 mm, 50 pièces, prix sur demande.*



COOL

Comment vivre par procuration à l'année sur un spot de surf? En regardant l'heure sur cette montre réalisée en marqueterie de bois mettant en scène un surfeur attendant la vague sur une plage de Californie. *Patek Philippe Calatrava Sur la plage, mouvement automatique, or gris, 38,60 mm, édition limitée à 6 exemplaires, prix sur demande.*



MAGIQUE

Rien ne vaut Mickey pour retomber en enfance. La souris donne le tempo en agitant ses bras sur le cadran de la complication préférée du designer Gérald Genta, la répétition minute. *Gérald Genta Répétition Minute Heures Sautantes Minute Rétrograde Disney, or gris, 40 mm, étanche à 50 m, exemplaire unique réalisé pour Only Watch.*



STYLÉE

Mademoiselle Chanel, son ciseau et son buste s'animent sur le cadran de cette montre qui donne le sentiment d'être dans un atelier de couture. L'esprit de Coco au poignet, quel style! *Chanel J12 Atelier Couture Automate Calibre 6, remontage manuel, céramique et or blanc, 38 mm, étanche à 50 m, édition limitée à 100 pièces, prix sur demande.*



MYSTÉRIEUSE

Quand un motard et sa cylindrée s'invitent sur une montre Hermès, c'est la rencontre de la pop culture et de l'artisanat. L'heure? Elle se cache derrière cette épopée colorée et futuriste. *Slim d'Hermès Pocket Mysterious Rider, mouvement automatique, or blanc, 45 mm, étanche à 30 m, édition limitée et numérotée à 3 exemplaires, prix sur demande.*



LUNAIRE

Saviez-vous que Snoopy était la mascotte de la NASA depuis 1968? Et que Omega était aux poignets des astronautes d'Apollo 13? Tous deux se retrouvent dans cette montre, sur le dos de laquelle Snoopy, dans son module, découvre la face cachée de la Lune. *Omega Speedmaster Silver Snoopy Award 50th Anniversary, mouvement manuel, acier, 42 mm, étanche à 50 m, 10 100 fr.*



Des skis et snowboards «tests» permettent aux clients de voir et de sentir différentes options, avant que Lucas Bessard se mette au travail.



À L'ATELIER

AU MILIEU EN HAUT Elastique mais résistant, le bois de frêne est le matériau idéal.

EN HAUT À DROITE Au moment de coller les différentes lames de bois du noyau, des «alsaciennes» assurent le serrage.

AU MILIEU CI-DESSUS Le plaquage des motifs en marqueterie vient donner au ski son style inimitable.

CI-DESSUS À DROITE Semelle, carre, noyau... chaque couche du ski assure glisse, solidité, résistance et durabilité.

EN BAS À DROITE Avant d'aller sur les pistes, les carres sont aiguisées et la semelle fartée.



Toute une altitude

À L'HEURE DES MATÉRIAUX HIGH-TECH, WOODSPIRIT FAÇONNE DES SKIS EN BOIS SUISSE, FABRIQUÉS ARTISANALEMENT ET SUR MESURE AU PIED DU JURA. POUR LES AMOUREUX D'OBJETS RARES.

TEXTE JENNIFER SEGUI PHOTOS JEREMY BIERER

ACCROCHE, stabilité, flexibilité, solidité... Les skis conçus par Lucas Bessard possèdent toutes les qualités nécessaires à la pratique hivernale d'amateurs exigeants. Qu'il s'agisse du meilleur toucher de neige sur piste ou en freeride, par jour de poudreuse ou quand le terrain de jeu s'avère un peu moins aérien. Il suffit de les regarder là, alignés l'un à côté de l'autre dans ce petit atelier de Cuarnens, non loin de Lausanne, pour en comprendre l'autre dimension: ces créations maison sont aussi un vrai régal pour les sens. L'odeur du bois d'abord, sa chaleur organique, ses veines aléatoires et ses nuances de blondeur sur la marqueterie de placage. Sa surprenante légèreté bien sûr, et le son si particulier lorsque les deux lattes s'entrechoquent. Cette sensualité, ce rapport unique à la matière vivante qu'est le bois, Lucas Bessard, 34 ans, l'a lui aussi toujours senti. Enfant déjà, son bricoleur de papa lui fabriquait des jouets. Devenu adolescent, il tentait lui-même de copier les planches de skateboard de ses marques préférées.

Logique donc qu'après des études dans le domaine de l'agroalimentaire en Valais, ce fils de laitier proche de la nature revienne sur ses terres d'origine pour y retrouver son élément. De L'Isle, dans le canton de Vaud,

où il a grandi, les frondaisons des forêts du Jura sont à portée de main.

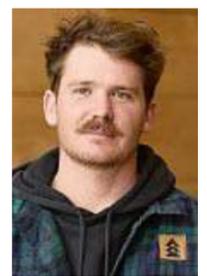
Un hiver, à la faveur d'une paire de skis brisée et d'un ligament déchiré, Lucas Bessard cherche à s'occuper. Curieux, il veut connaître le mode de fabrication des skis, cherche sur internet et se lance: «J'avais un atelier, des outils. J'ai visionné des tas de vidéos sur Youtube et j'ai compris les points clés.» Sa première paire aux pieds, c'est sur les pistes qu'il découvre le potentiel de ses créations: «Les gens m'arrêtaient, en me demandant d'où venaient mes skis.» Foncièrement indépendant, il voit là l'occasion rêvée de mêler ses deux passions, le travail du bois et la glisse. Perfectionniste, il peaufine son concept: «J'ai tout de suite eu comme objectif de faire un ski qui soit beau mais qui soit performant. Esthétiquement, j'ai voulu quelque chose de graphique et d'épuré. Techniquement, ce bois perçu comme un retour aux sources devait pouvoir être à l'origine d'un ski tonique, capable d'absorber les vibrations.»

Dans la solitude de l'atelier

Soutenu et conseillé par le freerider valaisan Nicolas Falquet, l'autodidacte qu'il est crée Woodspirit Skis en 2016. Son credo? Pas de stock, chacune des paires produites se fait à la commande: «Le client vient dans mon atelier. Outre sa taille, son poids et son niveau, on discute ensemble de ce qu'il attend de ses futurs skis. Après avoir essayé

quelques exemplaires que j'ai en test, on choisit le graphisme, on valide le projet et la fabrication commence.»

Patiemment, pendant au moins deux mois, et à raison de vingt à trente heures de travail, Lucas s'affaire sur l'ouvrage dans la solitude de son atelier. Sa méthode et ses gestes sont mille fois répétés. Les lamelles de frêne local, choisi pour ses propriétés mécaniques, dont sa faculté à se déformer sans se casser, constituent l'indispensable noyau. Chacune des autres couches est ensuite taillée dans une épaisseur et une largeur qui va correspondre au poids et à la rigidité souhaitée par le skieur. Le polyéthylène pour la semelle, la fibre de verre ou le carbone pour la résistance, le caoutchouc pour la dilatation, les carres en acier pour la protection, et finalement le bois d'essences diverses pour le placage final sont toutes superposées. Conçus pour une clientèle amoureuse de beaux objets qui durent et qui se réparent, les skis Woodspirit sont des pièces uniques, issues d'un savoir-faire qui se transmet depuis la naissance du ski. Premier prix de la Relève des Métiers d'art suisse en 2019, l'artisan a cette année concouru à l'exposition Homo Faber à Venise avec un projet élaboré avec deux de ses amis: un ski rehaussé d'une marqueterie étonnante de complexité figurant un dessin de feuille, de cellules imbriquées, comme un sinueux parcours de vie. Comme le destin d'un fils de laitier devenu ébéniste par amour du ski. ☺



Lucas Bessard

Château fort, caisse à savon, skateboard et enfin skis. Pour autant qu'il s'en souvienne, Lucas Bessard, 34 ans, a toujours bricolé. Du garage à l'arrière de la laiterie de L'Isle gérée par son papa à l'atelier qui lui sert aujourd'hui de lieu de travail à Cuarnens, le bois a sans cesse été source d'expérimentation et de création. Une fois ses études en agroalimentaire terminées, c'est donc naturellement vers lui que ce Vaudois passionné de glisse se tourne pour créer Woodspirit Skis. Depuis 2016, 240 paires sont sorties de son atelier.



Pour cette fin d'année, les teintes profondes jouent sur toute la palette des violets, avec un focus sur les yeux.

Nuances cosmiques

PAUPIÈRES GALACTIQUES ET LÈVRES ENVOÛTANTES. LE MAQUILLAGE DE FIN D'ANNÉE S'INSPIRE DES MYSTÈRES DU COSMOS, REDÉFINISSANT LA BEAUTÉ SOUS UN ÉCLAIRAGE MYSTIQUE.

TEXTE JULIE QUELOZ

GABRIELLE CHANEL aurait-elle inspiré Cécile Paravina? Pour sa première collection de maquillage, l'artiste du Studio de Création Maquillage Chanel s'immerge dans un univers divinatoire. Intitulée *Clairvoyance*, cette collection en édition limitée explore les harmonies lumineuses et les couleurs profondes, créant un style à la fois mystérieux et cosmique. Mademoiselle, fascinée par le tarot, l'astrologie et la numérologie, se plaisait à s'entourer de porte-bonheurs pour affiner son intuition et stimuler sa créativité. Les teintes de cette collection l'auraient sans doute enchantée. Là le violet lavande se mêle à une touche bleutée, ailleurs les jeux de clair-obscur captivent. Les teintes claires côtoient les tons plus sombres, pour une esthétique à la fois céleste et magnétique.

Ce souffle mystique ne se limite pas aux murs de la maison Chanel, mais s'impose comme l'une des tendances de l'hiver. Elle s'inspire des tonalités audacieuses du mouvement Y3K, qui célèbre une esthétique futuriste imaginée pour l'an 3000, avec des teintes vibrantes telles que le bleu électrique, le vert émeraude et le violet profond. Cette palette s'intègre cet hiver dans l'univers des astres et de l'enchantement. Pour Lisa Eldridge, directrice de la création du maquillage chez Lancôme, le mysticisme prend également vie au cœur du Louvre, plus particulièrement dans la galerie Richelieu. La palette d'ombres à paupières de l'édition limitée Lancôme x Louvre capte les jeux de lumière envoûtants qui dansent sur les statues des couloirs du musée parisien. «Les poudres s'utilisent comme enlumineur, pour des teints clairs et profonds. La nuance verte est sublime comme liner ou pour un regard charbonneux», explique Lisa Eldridge. La magie s'insinue dans chaque détail, où chaque couleur de la palette porte le nom d'une allée de la galerie Richelieu. La porterions-nous pour l'éclat de l'allure, ou pour l'histoire discrètement enchâssée dans chaque teinte?

une touche lumineuse au regard. Les nuances plus sombres, quant à elles, se prêtent aussi bien à un trait de liner intense le long de la paupière qu'à l'accentuation d'un maquillage de soirée. Les teintes intermédiaires, utilisées pour ombrer, confèrent une profondeur hypnotique, enveloppant le regard d'un voile mystérieux. L'œil devient alors une toile infiniment subtile où chaque coup de pinceau fait éclater une constellation de pigments, créant une galaxie étincelante.

Jusqu'au bout des ongles

Et l'élan ne s'arrête pas aux yeux. Les lèvres se parent d'un rouge profond et magnétique, attirant irrésistiblement le regard. Les teintes oscillent entre un bordeaux intense, presque envoûtant. Sur les joues, un voile de blush aux nuances bleutées ou violacées évoque la profondeur d'un ciel étoilé. Une seule touche subtile, appliquée sur le haut des pommettes, ajoute un ultime chatolement lumineux. Et que dire des ongles! Les vernis, comme le bleu profond et scintillant d'OPI, imitent à la perfection les reflets galactiques, créant un jeu de lumière à chaque mouvement de la main. Le geste fait briller les ongles comme une voûte étoilée. Le résultat? Une beauté cosmique, tout en mystère et en éclat. ☾



CIEL ÉTOILÉ

Sur les paupières, les joues, les lèvres... sur les ongles aussi, un violet scintillant vient se poser. Vernis Downtown Los Angeles: abstract after dark, env. 20 fr., **OPI**.

Une galaxie infinie

Les nuances se fondent et se réparent pour dessiner sur les paupières des paysages galactiques. L'unique consigne? Oser les couleurs et multiplier les alliances audacieuses. Les combinaisons semblent infinies – un véritable enchantement – mais quelques règles peuvent guider cette création cosmique. Les teintes claires s'appliquent délicatement dans le coin interne de l'œil, apportant



Purple Echo, ombres à paupières 5 couleurs, édition limitée, env. 65 fr., **Byredo**. Phyto-Ombres 34 Sparkling Purple, poudre lumière longue tenue, 50 fr., **Sisley**. Diorshow 5 couleurs, Ombres à paupières, édition limitée, 86,30 fr., 88 fr., **Dior**. Le réhausseur d'éclat 108, poudre illuminatrice, env. 100 fr., **Clé de Peau**. Yeux Paint, fard à paupières liquide et liner, violette sauvage, 33 fr., **Violette_fr**. Ombre Première Laque, ombre à paupières liquide longue tenue, 47 Milky Way, 48 fr., **Chanel**.

Un pilote au poignet

LA MARINE NATIONALE FRANÇAISE EN A FAIT SON COUTEAU SUISSE. SI LA NOUVELLE PELAGOS FXD GMT LIVRE TOUT SON POTENTIEL DANS DES CONDITIONS EXTRÊMES, ELLE S'ADAPTE AUSSI AU QUOTIDIEN.

TEXTE LA RÉDACTION

LA CERTIFICATION

Intervalle de tolérance de 5 secondes, résistance aux champs magnétiques jusqu'à 15 000 gauss, étanchéité à 200 mètres, réserve de marche de 65 heures, certification COSC... Quel que soit le test pratiqué, la montre fait tout juste, auréolée du label Master Chronometer de METAS. Son niveau d'exigence est très élevé, la précision en tête.

LA LUNETTE

Voir l'heure dans l'obscurité? Evidemment. Le troisième (!) fuseau horaire se lit directement sur la lunette bidirectionnelle lumineuse, graduée sur une échelle de 24 heures Swiss Super-LumiNova beige qui s'illumine en vert la nuit tombée.

LE BRACELET

Dans ce bracelet, on reconnaît le vert de la combinaison de vol portée par les marins du ciel à bord des avions de la Marine nationale, avec la cocarde de l'aéronautique navale brodée. Il a été tissé de manière artisanale sur des métiers Jacquard à navette du XIX^e siècle par l'entreprise Julien Faure... qui a longtemps réalisé les rubans décoratifs sur le couvre-chef à pompon rouge des matelots français.

LE BOÎTIER

Non content d'aider les marins dans l'accomplissement de missions audacieuses, ce boîtier satiné en titane grade 2 de 42 mm met dans le mille côté design. Nous voilà transportés dans l'univers de l'aéronautique sans avoir forcément le pied marin. La mécanique narrative autour de l'aventure est diablement communicative.

LE CALIBRE

Véritable outil de chronométrie, le Calibre Manufacture MT5652-U reste pratique d'utilisation avec un réglage de l'heure locale couplée à la date. Bonus: sa réserve de marche est *weekend-proof*, elle permet à son porteur de poser sa montre le vendredi soir et de la reprendre le lundi matin sans devoir la remonter.

LA FONCTION GMT

Qu'ont en commun le cockpit d'un Rafale Marine, la cabine d'un avion de patrouille maritime Atlantique 2 ou celle d'un hélicoptère de la Marine nationale? On y parle en «Zulu Time». L'heure de référence des pilotes du monde entier est matérialisée par une aiguille orange vif en forme de flèche (verte la nuit), qui fait le tour du cadran en 24 heures.



LA MARINE FRANÇAISE

Adrénaline à tous les niveaux, clins d'œil savoureux à la technique et mix de belle mécanique et de finesse des gestes: tout fonctionne dans l'association entre Tudor et la Marine nationale. La relation remonte à 1956, date à laquelle une entité scientifique dépendant de la Marine nationale et basée à Toulon reçoit des montres Oyster Prince Submariner pour leur évaluation en condition réelle. Le potentiel des instruments séduit, c'est le début d'une longue collaboration. Tudor accède au statut de «fournisseur officiel de la Marine nationale» en 1961. En 2021, la Pelagos écrit un nouveau chapitre de cette longue histoire commune, complétée cette année par une version GMT s'appuyant sur l'expérience des marins du ciel pour créer une solution robuste en matière de suivi de fuseaux horaires multiples.

LA MANUFACTURE SUISSE

Il y a deux façons de comprendre une montre Tudor. La première, frontale, consiste à se laisser séduire par son design robuste. La seconde passe par la découverte de ses techniques de fabrication dans sa nouvelle manufacture du Locle. Dans ce complexe industriel de pointe, le savoir-faire manuel traditionnel de l'horloger se combine avec les systèmes automatisés de certification et les solutions techniques de gestion de production les plus avancés. Ici, la marque a verticalisé le développement et la production des mouvements mécaniques de haute performance, maîtrisant dès lors la production de composants stratégiques et pouvant en certifier la qualité, notamment via une garantie de ses montres sur cinq ans. C'est ainsi que, depuis 1926, les montres Tudor se retrouvent au poignet des plus audacieux aventuriers.



Le chef parisien Mory Sacko est une source d'inspiration pour bien des jeunes, qui voient soudain la gastronomie comme un espace de liberté.

PARTAGER

LA JOIE

LE JEUNE CHEF PARISIEN **MORY SACKO** BOUSCULE LA GASTRONOMIE AVEC VITALITÉ. LE SOURIRE QUI ILLUMINE SON VISAGE COMME SES ASSIETTES EST CONTAGIEUX.

PROPOS RECUEILLIS PAR **RENATA LIBAL**

CINQ ANS! «Je suis né en 2020», lance Mory Sacko en guise de boutade. C'est alors que le chef anonyme dans une cuisine de palace parisien est devenu une rock star de la *culture food*. En 2020, il a explosé l'écran de télévision à l'émission *Top Chef*, ouvert son restaurant gastronomique MoSuko, s'est mis à vendre du poulet frit (mais quel poulet frit!) à l'emporter durant le confinement, a décroché sa première étoile Michelin. A 32 ans, il semble gérer le tourbillon de son succès avec calme, humour et une belle confiance dans les cadeaux de la vie. Ambre, la fillette qu'il a eue avec sa compagne et partenaire en affaires, Emilie Rouquette, vient de fêter son premier anniversaire, la troisième adresse de MoSuko, sa minichaine de street food très soignée, vient d'ouvrir dans le Marais, les gourmands heureux patientent pour décrocher une table, les collaborations avec les marques de luxe affluent... Tout va bien!

Il faut dire que le jeune mais grand (littéralement aussi: 2 mètres à la toise) chef a réussi à créer un univers à part dans le monde pourtant créatif de la gastronomie. Sa «maison», comme il dit, est sise dans le XIV^e arrondissement, un quartier encore populaire qui voit soudain éclorre fromageries huppées et échoppes de thé. On y entre comme en visite chez un ami qui aurait amoureusement soigné la décoration, avec des alcôves pour l'intimité et de la céramique artisanale. A la table voisine, un jeune couple est venu avec un bébé, qui dort comme un ange sur la banquette. Là, une famille américaine de passage; plus loin un homme d'affaires arrivé bougon avec ses parents fond devant sa mousse chocolat-wasabi (si, si!). Magie rassembleuse d'une cuisine qui ne ressemble à aucune autre!

Sa gamme de saveurs, Mory Sacko, issu d'une famille sénégaloise-malienne de huit enfants, installée dans la banlieue parisienne, l'a composée à la mesure de ses engouements. Maman mijotait des plats chaleureux d'Afrique de l'Ouest, la télévision diffusait des mangas jusqu'à l'overdose et l'apprentissage en cuisine l'a initié à tous les recoins de la noble tradition française. Et voilà le travail! Technique française, soleil africain, subtilité japonaise... Mais ne parlez pas de «fusion» au chef! Lui tient au concept de «dialogue»: on ne mélange pas, on emprunte ici ou là pour une composition très personnelle. Menu unique mais multitude (19 à mon recensement!) de petits délices: une bouchée d'oshizushi d'omble chevalier avec des champignons, un bouillon de potimarron au lait de coco et yuzukosho, un artichaut façon tagine au citron confit, un bonbon de caramel à l'algue... L'ensemble est à la fois extrêmement sophistiqué et étonnamment réconfortant, comme le serait une cuisine familiale qui aurait soudain largué les amarres pour s'envoler vers les étoiles. A la fin du service, le chef passe en salle et pose sagement pour les photos souvenirs, en pliant un peu les genoux pour faciliter le cadrage. Il s'attable ensuite avec bonne humeur et raconte, à toute vitesse – il y a tant à dire! – ce qui le fait vibrer.

Un plat à la carte qui vous fait particulièrement plaisir?

J'aime beaucoup le dessert au coing, que nous venons d'ajouter à la carte. Il est l'aboutissement d'un travail de recherche – la signature de la maison – avec notre chef pâtissier, Théo. Ce dessert incarne bien notre démarche: un produit local, de saison, inscrit dans notre univers, avec des touches du Japon, des touches d'Afrique. Nous avons travaillé sur le sombi, un dessert très austère que l'on mange au Mali, en Mauritanie, au Sénégal: du riz cuit dans une eau à peine sucrée et lié avec du lait fermenté. Nous avons développé cette idée en fond d'assiette, avec du riz japonais et un tout petit peu de crème fraîche épaisse de Bretagne, car Théo est Breton. Et on vient parfumer le coing confit, en tranches translucides, avec des notes de rose et de saké, en granité. Le résultat est très fin, très différent des sources d'inspiration. Et le brave coing local y gagne une légèreté et une fraîcheur qui lui sont rarement associées.

Combien de temps prend un tel processus créatif?

C'est impossible à dire, car les premiers pas remontent à très loin... Au printemps, nous faisons beaucoup de récoltes et de préservation, de mises en bocaux – sans savoir ce que nous allons en faire. Les roses du granité ont ainsi été séchées et déshydratées il y a des mois, puis seulement est venue l'idée de les infuser pour ce dessert.

À TABLE!

Féru de déco – «L'expérience à table est un tout, chaque détail compte!» – Mory Sacko supervise le choix des matériaux, les coloris, les ambiances. Il a voulu un cadre chaleureux et enveloppant. «Surtout pas intimidant!»





FAST-FOOD CHIC FOOD

À GAUCHE
Durant l'été, Mory Sacko a animé un restaurant éphémère décontracté sur la Riviera pour le groupe LVMH

À DROITE
Dans sa minichaîne de street food MoSugo, le poulet frit s'associe savoureusement et élégamment à la gaufre.

Et vous faites tout cela ici, dans votre petite cuisine, à six chefs? Pour chacun des... 19 plats au menu d'hiver?

Petite équipe, mais avec plein d'idées! D'une part, il y a le temps long avec des préparations très en avance; d'autre part, il faut évidemment une solide organisation. Mais comme nous fonctionnons avec un menu unique, chacun sait exactement ce qu'il a à faire. Et accessoirement, ce principe permet de travailler avec zéro déchet.

En salle, l'équipe est très professionnelle, mais décontractée et joyeuse, sans rien d'obséquieux. Comment recrutez-vous?

J'aime que l'équipe soit jeune, avec l'énergie de qui a envie de progresser. Je pense que les clients y sont sensibles. Le restaurant est étoilé, mais je veux que le service garde une certaine humanité, tout en restant aussi professionnel que ce qui est attendu de ce type d'établissement. Je ne veux surtout pas d'un endroit qui pourrait intimider. Mon restaurant est un restaurant gastronomique simple. Le seule complexité est dans l'assiette.

Comment faites-vous pour instaurer cet état d'esprit?

Je me sens un peu comme un coach de foot. J'essaie surtout de m'occuper de mes équipes, de capter leur moral, de savoir comment ils vont. C'est pour cela que je suis présent tous les jours au restaurant.

Tous les jours? Et ces événements où vous cuisinez pour l'ambassadrice des Etats-Unis, à Saint-Tropez pour le groupe LVMH?

C'est simple: je ferme le restaurant quand j'ai des engagements ailleurs. C'est le cas aussi pour les semaines de tournage de mon programme sur France 3, *Cuisine ouverte*. Les équipes sont en vacances, elles sont contentes. Et moi totalement concentré sur ce que je fais.

Outre la notoriété, que vous apportent ces événements?

J'en ressors toujours avec des émotions nouvelles. L'été dernier, j'ai cuisiné avec ma maman lors d'une expérience pop-up. J'ai adoré parce que nous n'avions jamais vraiment pris ce temps d'échange. A chaque fois, il s'agit d'une découverte. Le lancement d'un café avec Nespresso, par exemple, était cool parce qu'on est partis de zéro, avec ma seule envie de trouver un merveilleux café d'origine africaine, pour valoriser le terroir de là-bas. J'ai dégusté peut-être 70 cafés différents! Autant dire qu'on était tendus, à la fin de la journée... Torrification, finesse de mouture, degrés de température: je ne connaissais rien à tous ces paramètres.

J'aimerais revenir à l'origine de votre vision gastronomique. L'Afrique, à la maison, on voit bien. L'apprentissage à la française aussi. Mais ce Japon? Sort-il vraiment de la télévision?

Tout s'est déroulé de manière hypernaturelle. Je n'ai jamais rien calculé. Et c'est vrai que le Japon est venu rejoindre mon idée de croiser les gastronomies un peu sur le tard. Je me suis surpris moi-même à recourir spontanément à des ingrédients japonais.

Outre ma passion de jeunesse pour les mangas, j'ai travaillé au Mandarin Oriental, où il y avait plusieurs chefs japonais. Et moi, tous les jours – les pauvres! – je les embêtais: comment tu fais un dashi (*une sorte de bouillon, ndlr*)? Et toi un curry? J'étais très curieux, mais pas seulement de la cuisine élégante, des sushis, des kaisekis! J'aime aussi la brochette du coin de la rue, donc je voulais tout connaître.

Où trouvez-vous donc tous ces ingrédients?

A Paris, nous avons la chance de bénéficier d'une offre extraordinaire. Mais notre philosophie de dialogue entre cultures repose surtout sur les techniques et les assaisonnements. Pour les produits frais, nous respectons la saisonnalité d'ici: 95% de nos produits sont français. Les produits d'import sont les épices et quelques bases de sauce soja ou de miso. Le reste est fait maison. Notre sauce piment, par exemple, a un vrai goût d'Afrique, mais les piments poussent en Bourgogne. Les arachides dans le mafé? Elles viennent des Landes. Voilà vraiment l'un des axes majeurs qui me sont chers.

Vous êtes finalement aussi allé au Japon...

Oui! J'ai mis longtemps à pouvoir faire le voyage, mais je ne peux plus m'arrêter. J'y suis déjà allé trois fois, en famille. Je visite et découvre le pays, mais je goûte aussi plein de choses, le saké, le soja... Et je rencontre des chefs, je visite les manufactures.

Qu'est-ce qui vous a le plus bluffé, là-bas?

L'idée de précision est peut-être une évidence au Japon, mais je ne l'attendais pas à un tel niveau. J'ai rencontré un chef yakitori (*les minibrochettes de volaille, ndlr*) qui ne fait que du yakitori. Mais il faut voir comment! Il peut montrer 70 découpes différentes sur un poulet. Je ne savais même pas qu'il y en avait autant. Et un vrai chef sushi, croyez-moi, préférerait se couper la langue plutôt que de révéler où il achète son riz! Je dois avouer que je trouve cette culture du secret assez belle, avec un côté un peu magique.

Dans le genre obsessionnel, vous vous posez là! Vous avez maîtrisé chaque détail de décoration, jusqu'à faire faire la céramique...

C'est une passion! On a travaillé avec cinq céramistes différents, en élaborant les idées ensemble. Tenez: pour la soupe de poisson Pèpè, inspirée de la côte camerounaise, je voulais une assiette rectangulaire, comme un aquarium... ou plutôt comme une piscine. J'aime l'idée que les assiettes jouent leur rôle dans le repas en construisant une sorte de paysage sur la table.

Sur le plan personnel, votre fillette a 1 an. Vous vous en sortez?

Je gère. Attention: je ne dis pas que ma vie est reposante. Le soir, je tombe dans mon lit et je dors tout de suite. Mais c'est cool parce que tous les aspects de ma vie sont remplis de projets hyperstimulants.

Mais vous n'habitez plus au-dessus du restaurant?



LE GRAND ART

À GAUCHE

Onsen Tamago, bouillon hon-dashi, grattons de ris de veau, wakame, baie de selim.. Le tout dans une vaisselle spécialement conçue.

À DROITE

La tarte aux chocolats de Tanzanie et Madagascar avec sa glace au Wasabi est un dessert signature de la maison.

Non. Nous avons déménagé, toujours dans le sud parisien, mais dans un appartement un peu plus grand. Le bébé a besoin de place!

Votre compagne est aussi votre partenaire en affaires. Comment distinguez-vous le professionnel du privé?

On ne distingue pas! L'avantage d'une telle collaboration est le travail en pleine confiance. C'est un luxe, pour moi, de pouvoir céder à Emilie la totalité de la partie administrative et financière – nous avons tout de même la responsabilité de 46 employés en tout – et de m'éclater dans tous les côtés créatifs, de la cuisine à la décoration, en passant par les projets les plus divers. Je sais qu'Emilie est là, avec un poste très large qui inclut aussi les contrats. Elle est vraiment bonne là-dedans, très rigoureuse et structurée, et elle adore. On fait un binôme parfait. On se retrouve dès lors régulièrement à discuter du bilan financier, alors qu'on est en voiture pour aller manger chez les parents de l'un ou de l'autre. C'est très bien! De toute façon, on est dans la voiture ensemble, alors autant valoriser ce temps.

Et vos plans pour Noël?

Dans ma famille, on ne fête pas Noël, alors j'ai découvert ces traditions sur le tard, avec ma belle-famille. J'adore ce rituel qui rassemble tout le monde.

Et vous cuisinez?

C'est effectivement l'un des seuls moments où je cuisine en dehors du restaurant. Pour Noël, je me mets aux fourneaux pour faire plaisir à tout le monde et je fais une cuisine qui ne me ressemble pas du tout, très traditionnelle, très classique: noix de Saint-Jacques (magnifiques en décembre) et poularde plutôt que chapon, trop gras. Un petit peu de truffes quand même... Pour les desserts, je délègue la bûche à Emilie. Elle pâtisse très bien.

Sur Instagram, on vous voit aussi en vacances, dans un contexte privé. Pourquoi ce choix de la transparence?

Instagram, c'est comme si j'avais mon propre organe de presse, où je peux faire passer les informations qui me paraissent pertinentes. Mon audience est faite de gens qui souvent me suivent depuis *Top Chef*, qui m'ont soutenu, qui ont envie d'en connaître plus sur le restaurant, sur nous, sur notre travail. Je leur dois d'être sincère! Alors je partage mes expériences, que ce soit en cuisine, dans des dîners en dehors de mon restaurant, mes vacances aussi. Je raconte un peu de tout, parce que ce sont les chapitres de la même histoire.

Vous venez d'ouvrir votre troisième adresse de street food MoSugo, cet automne. D'où vient cette passion du poulet grillé?

Le MoSugo représente la cuisine du ventre, ces moments où l'on a juste envie de se faire plaisir avec quelque chose de simple et de satisfaisant. On fait du street food, mais pas du bas de gamme!

Vous avez été formé par le chef Thierry Marx...

A ses côtés, j'ai aussi appris une certaine vision du management en cuisine. Il priorisait vraiment l'humain et l'ambiance au sein de

Les métiers de la cuisine offrent **un bel espace de liberté créative**. C'est important, la liberté!

L'équipe, avec une intransigeance absolue envers les mauvais comportements. J'essaie d'appliquer son principe: savoir-être, savoir-faire et savoir faire faire... L'art de transmettre est le plus difficile.

De nouveaux comportements arrivent donc en cuisine...

Aujourd'hui, on répare les pots cassés après des années d'excès et d'abus. Il faut vraiment ramener de l'humanité en cuisine et démontrer chaque jour que ces métiers sont passionnants et qu'ils offrent de beaux espaces de liberté créative – même pour ceux qui n'ont pas forcément un niveau d'études élevé.

Votre exemple est inspirant pour beaucoup. Vous sentez-vous une responsabilité à cet égard? Aussi liée à votre couleur de peau?

Personnellement, je n'ai jamais été réellement confronté au racisme. A Paris, en cuisine, les blancs sont plutôt minoritaires. Mais je réalise bien que ma trajectoire peut représenter un modèle. C'est une fierté et une responsabilité. Je ne suis pas dans la revendication: je fais mon boulot et je suis content si peut-être un jeune Congolais, aujourd'hui à l'école de cuisine, se dit: «Bah, moi aussi je veux devenir chef étoilé en incluant la cuisine d'origine de mes parents.» Il va assumer ses ambitions dès le début et vouloir progresser.

A votre avis, quelles sont les nouvelles tendances qui émergent en gastronomie?

La responsabilité écologique est aujourd'hui vraiment une donnée de départ, dans les cuisines comme auprès des clients. Après, on sent aussi monter un mouvement de personnalisation. Les chefs racontent une histoire, chacun la sienne, et les gens viennent au restaurant parce qu'ils ont envie d'être emmenés dans un univers, dont l'assiette n'est qu'un des composants.

On vous a aussi vu dans l'univers de la mode...

J'ai effectivement participé à une campagne Ralph Lauren il y a deux ans et je figure cet automne dans la campagne Emporio Armani. Toute l'idée consiste à croiser les esprits créatifs, à lancer des ponts entre les univers. Comme la cuisine, la mode est un art de la transformation. Moi, je prends des carottes, j'en fais un plat, eux prennent du cuir et en font une veste. 🍷



L'interview en entier est à découvrir sur notre site.

Capitole

cinéma

isse

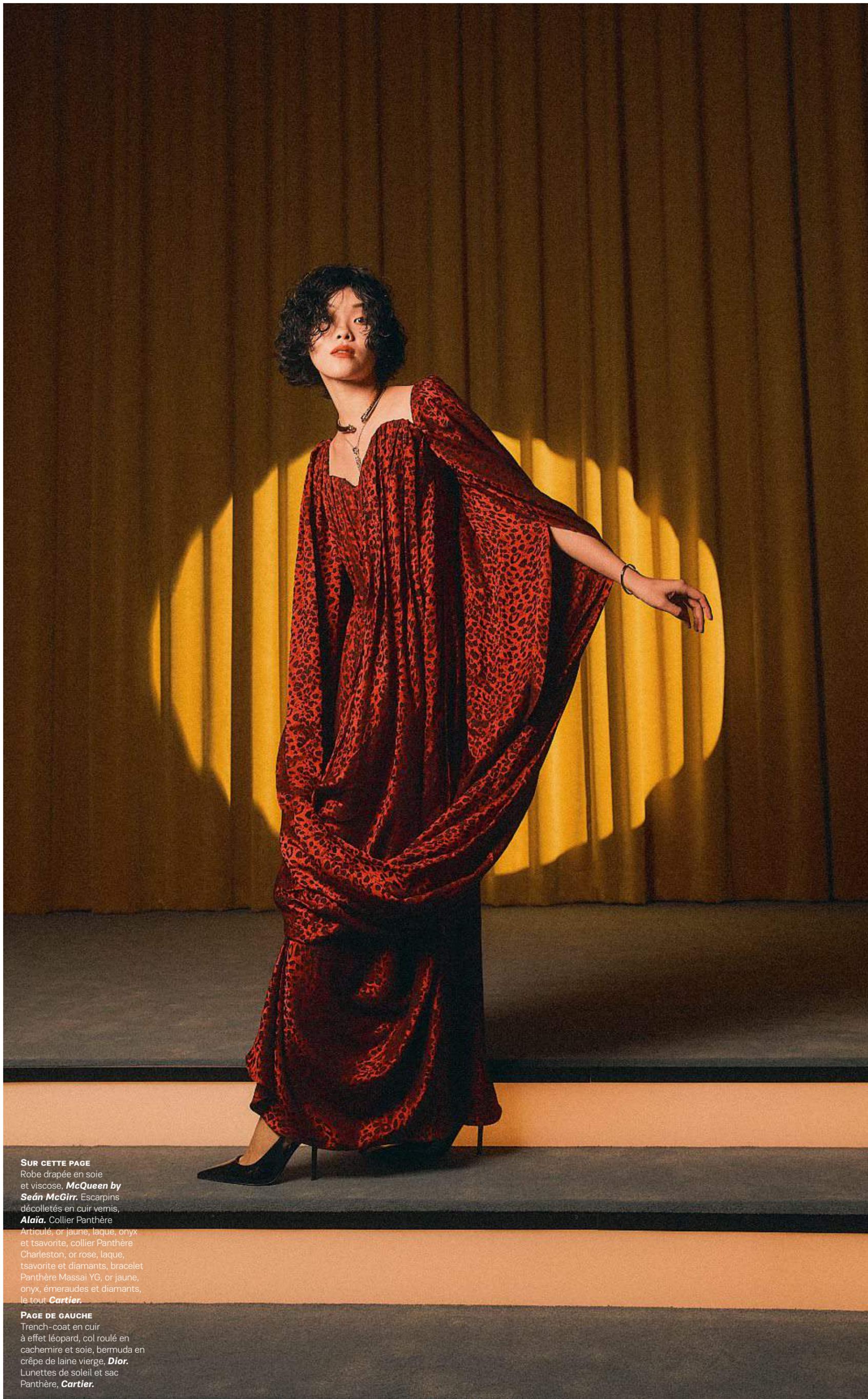
NUIT FAUVE

POUR SE MOUVOIR AVEC
ÉLÉGANCE DANS LA
JUNGLE URBAINE, ON
ADOpte L'IMPRIMÉ STAR.

PHOTOGRAPHIE ANTOINE HENAULT

STYLISME SIMON PYLYSER



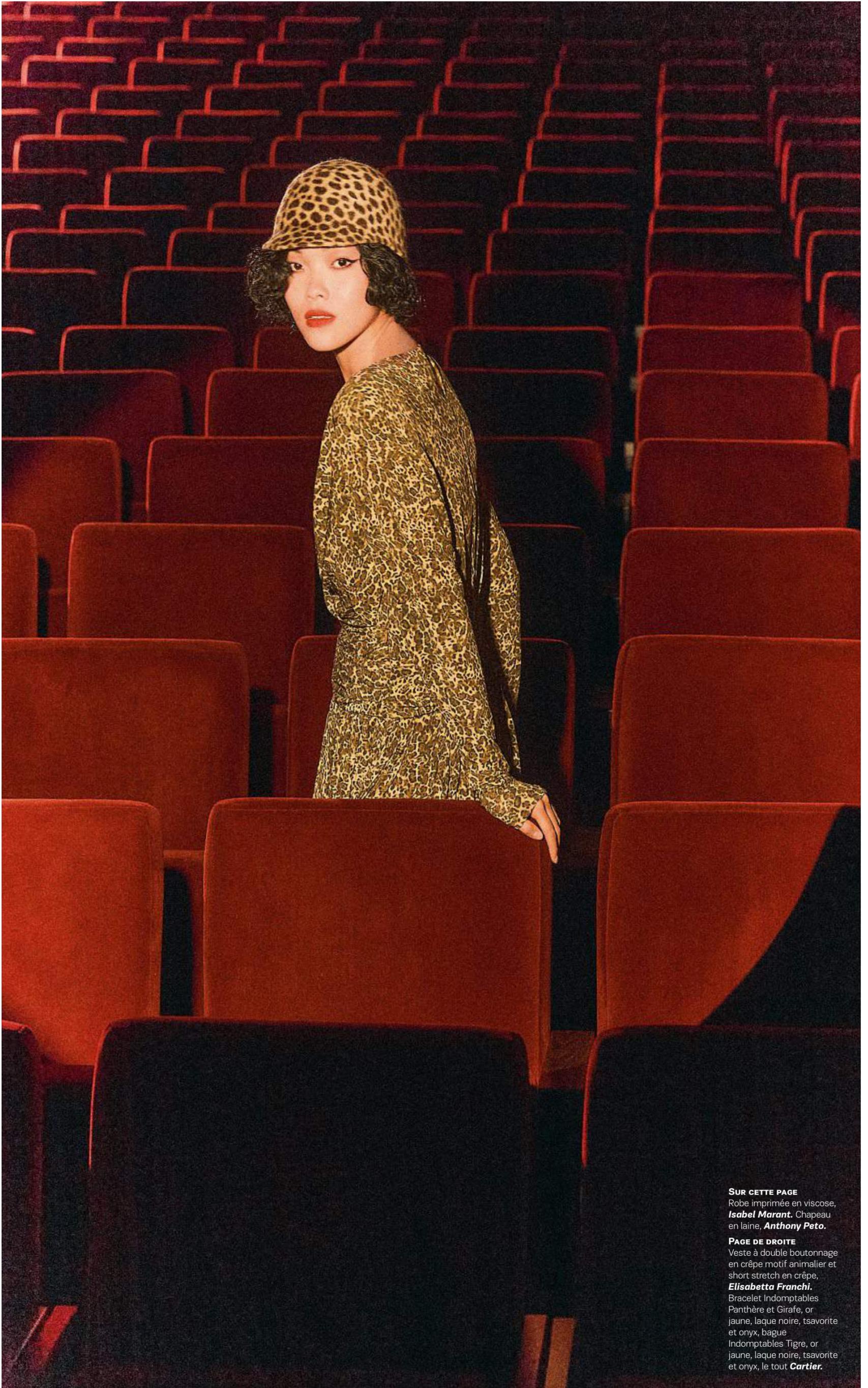


SUR CETTE PAGE

Robe drapée en soie et viscose, **McQueen by Seán McGirr**. Escarpins décolletés en cuir vernis, **Alaïa**. Collier Panthère Articulé, or jaune, laque, onyx et tsavorite, collier Panthère Charleston, or rose, laque, tsavorite et diamants, bracelet Panthère Massai YG, or jaune, onyx, émeraudes et diamants, le tout **Cartier**.

PAGE DE GAUCHE

Trench-coat en cuir à effet léopard, col roulé en cachemire et soie, bermuda en crêpe de laine vierge, **Dior**. Lunettes de soleil et sac Panthère, **Cartier**.



SUR CETTE PAGE
Robe imprimée en viscose,
Isabel Marant. Chapeau
en laine, **Anthony Peto**.

PAGE DE DROITE
Veste à double boutonnage
en crêpe motif animalier et
short stretch en crêpe,
Elisabetta Franchi.
Bracelet Indomptables
Panthère et Girafe, or
jaune, laque noire, tsavorite
et onyx, bague
Indomptables Tigre, or
jaune, laque noire, tsavorite
et onyx, le tout **Cartier**.





SUR CETTE PAGE

Veste en laine, top en coton et jupe en denim, **Celine par Hedi Slimane.** Montre Panthère, modèle médium, or blanc, diamants et émail, bracelet Panthère Massai WG, or blanc, onyx, émeraudes et diamants, sac Panthère, le tout **Cartier.**

DIRECTION ARTISTIQUE Géraldine Dura **PRODUCTION** Endrit Nurcaj **COIFFURE** Massanori Yahiro **MAQUILLAGE** Ania Grzeszczuk **ASSISTANTE PHOTO** Héléne Huet **OPÉRATEUR PHOTO** Nicolas Darde **MODÈLE** Layla

MERCI À LA CINÉMATHÈQUE SUISSE DE NOUS AVOIR OUVERT LES PORTES DU CAPITOLE

CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ EN PARTENARIAT AVEC CARTIER



Perpétuant la tradition sauvage à la suite de Maria Félix ou Barbara Hutton, la comédienne Monica Bellucci arbore à son tour le bijou-panthère.

Energie féline

DEPUIS CENT ANS, LE JOAILLIER CARTIER PARE LES FEMMES INTRÉPIDES DE FAUVES ENDIAMANTÉS QUI LEUR RESSEMBLENT. HISTOIRE D'UNE PASSION RUGISSANTE.

TEXTE LA RÉDACTION

TOUT DROIT ÉCHAPPÉES DE L'ÉCRAN DE CINÉMA! Les divas mythiques de ces cent dernières années ont fort souvent arboré l'emblème du félin, comme un talisman, à l'image d'un tempérament indomptable. Oh, elles n'étaient pas toutes actrices! Mais elles cultivaient sans aucun doute le sens de la mise en scène spectaculaire. A ce jour, la maison joaillière Cartier perpétue cette tradition du fauve au cœur d'or, forcément serti de pierres précieuses et travaillé avec un sens consommé de la sculpture en miniature. On en voit des déclinaisons merveilleuses en haute joaillerie comme dans les collections – à l'instar des pièces fortes présentées sur les pages qui précèdent.

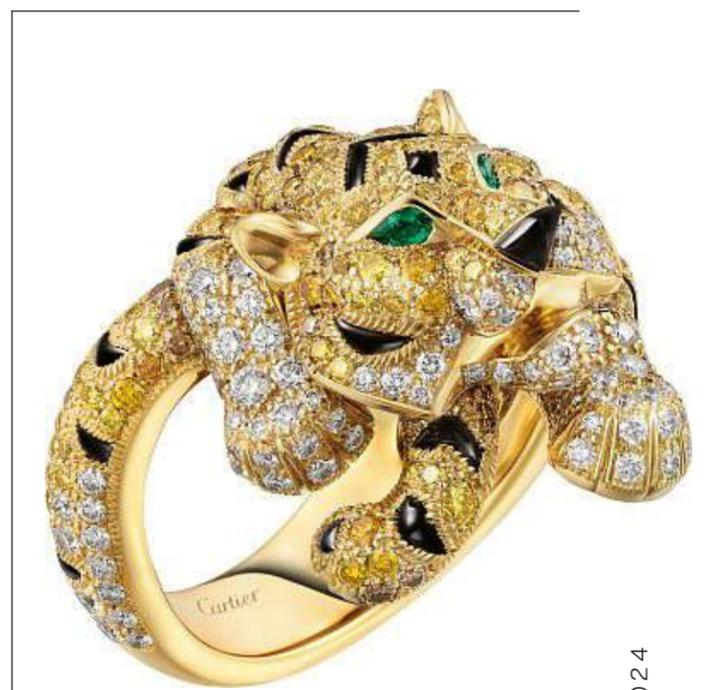
Début novembre, dans la boutique Cartier de Zurich, les clients ont ainsi pu découvrir – entre autres parures à la virtuosité éblouissante – un tout nouveau tigre taquin (*lire l'encadré*). Pierre Carcaillon, du département Patrimoine, détaille ces pièces inspirées d'un bijou de 1979, fraîchement restauré: «A l'époque, dit-il, il s'agissait déjà d'une version tardive inscrite dans la lignée des «Great Cats». Regardez ce travail de sculpture, ce rendu de la fourrure qui donne une impression très vivante.» On ne peut pas en dire autant du tout premier tigre de la maison, un pendentif en platine et diamants réalisé pour la grande mondaine new-yorkaise Barbara Hutton, dans les années 1920: le bijou étincelait certes de mille feux, mais le fauve, suspendu à la chaîne, toutes pattes flottantes, ressemblait davantage à un trophée de chasse qu'à un fier félin prêt à bondir.

Mais si le tigre côtoie le zèbre ou le crocodile dans le bestiaire fabuleux de Cartier, il ne saurait supplanter la vedette absolue de ce symbolisme de la femme à forte personnalité, qui n'hésitera pas à montrer les crocs si on la caresse à rebrousse-poil: la panthère relève du mythe joaillier absolu. «Aucune autre créature n'a accédé à ce statut d'icône [...] dans le lexique de la joaillerie du XX^e siècle», écrit Pierre Rainero, directeur Image, Style et Patrimoine chez Cartier.

Au début était la panthère

La toute première fois que la fourrure tachetée apparaît dans l'univers de la maison joaillière, elle le fait en 1914, sous forme de motifs abstraits, sur une montre. Elle s'affirme ensuite en 1917, en un dessin figuratif sur un nécessaire offert par Louis Cartier à sa dame de cœur, Jeanne Toussaint. Le lien était noué: ladite Jeanne Toussaint deviendra une figure de premier plan, dirigeant la création joaillière Cartier durant... trente-sept ans, de 1933 jusqu'en 1970. Surnommée «La Panthère» pour son mode de vie indépendant, son excentricité et son cran assumé, elle fait de son animal fétiche un emblème de la maison. En 1948, elle le fait réaliser en trois dimensions, sous la forme d'une broche offerte par le duc de Windsor à la duchesse. Le mouvement des nobles félins était lancé.

Les collections et les pièces d'exception qui se succèdent depuis s'emploient à réinventer la belle bête. Tantôt câline, tantôt rebelle, parfois chaton, parfois dangereuse, toujours racée, fière et élégante, la panthère et ses humeurs ouvrent un territoire créatif que la joaillerie ne se lasse jamais d'explorer. ☉



LE RETOUR DU TIGRE

Moins explorée que celle de la panthère, la figure du tigre s'inscrit dans la même veine créative chez Cartier: celle des fauves intrépides. La dernière parure présentée cette année en joaillerie compte un collier, un bracelet, une broche, une paire de boucles d'oreilles et une bague (*ci-dessus*). Dans un esprit réaliste, le tigre est ici représenté d'humeur joueuse. Le pelage d'or jaune et de diamants, rythmé par les striures d'onyx, capte les éclats de lumière. Et que dire de ces yeux plissés? La profondeur de l'émeraude...

ÉVASION



Giorgio Armani aime la neige.
Et le prouve avec une collection
dédiée aux sports d'hiver, et en
ouvrant des terrasses en
altitude à son nom.

10

LIEUX DE NEIGE ET DE LUXE

LES GRANDES MARQUES
FONT SOUFFLER UN VENT
DE CHIC SUR LES SOMMETS.
NOS REPÉRAGES GRIFFÉS.

TEXTE KRISTIN MÜLLER



1 Saint-Moritz

Blanc haute couture

Le concept Depuis les années 1990, le créateur de mode Giorgio Armani célèbre son amour pour l'hiver avec la collection saisonnière Armani Neve – et l'expose fièrement dans des destinations shopping exclusives comme Paris, Milan, Tokyo, Chengdu ou Chicago. Dans les régions de montagne, l'Italien va plus loin.

L'offre Cette saison, la marque s'associe à nouveau avec les légendaires refuges de montagne Alpina, à Saint-Moritz, et 1850, à Megève. Sur les terrasses panoramiques, équipées de tables et de chaises conçues spécifiquement pour le lieu, des collaborateurs vêtus d'uniformes griffés servent des cocktails et des délicatesses Armani sur de la vaisselle des grands jours.

Les détails Les *takeovers* de terrasses de montagne de Giorgio Armani à Saint-Moritz et Megève commencent avec le coup d'envoi de la saison de ski et se terminent avec sa clôture au printemps prochain.

armani.com

2 Dolomites (IT)

Safari gourmand

Le concept Le ski ouvre l'appétit, c'est bien connu. Et autant dire qu'il sera difficile, cette saison, de faire mieux que dans le domaine skiable de l'Alta Badia, dans les Dolomites italiennes. Les fourneaux de plusieurs refuges de la région seront gérés par des chefs des hôtels environnants primés par le Guide Michelin.

L'offre La région aime surprendre culinairement ses visiteurs! Entre le Gourmet Skisafari, le Wine Skisafari (le 23 mars 2025), la présence de sommeliers sur les pistes (le 17 décembre) et plusieurs rendez-vous autour des produits du terroir, les papilles ont de quoi se réjouir.

Les détails Cette année, les skieurs gourmands et affamés pourront se réjouir des menus exclusifs des chefs étoilés Massimiliano Alajmo, Simone Cantafio, Giancarlo Morelli, Cristian Fagone et Peppe Guida. L'événement culinaire a lieu le 14 décembre, entre 11 heures et 15 heures, alors on ne tarde pas à faire ses bagages!

altabadia.org

3 Gstaad

Boutique pop-up

Le concept L'année dernière, pour la toute première fois, Chanel ouvrait une boutique pop-up d'hiver dans la station de ski cossue de Gstaad. Le succès a été tel que le projet est renouvelé cet hiver. La maison a choisi comme lieu un chalet en bois traditionnel du début du XX^e siècle, légèrement à l'écart du centre du village – le même que l'année dernière –, dans lequel seront présentés sur une surface de 120 mètres carrés des pièces phares exclusives.

L'offre Les deux étages de la demeure offrent de la place pour beaucoup de choses: des nouvelles collections Croisière à la très convoitée collection Coco Neige en passant par la haute joaillerie. Montres, sacs et chaussures, cosmétiques, les amoureux de Chanel trouveront ici absolument tout ce qu'ils désirent.

Les détails La boutique pop-up de Chanel, située au numéro 2 de la Lauenenstrasse à Gstaad, sera ouverte du 12 décembre 2024 au 9 mars 2025.

chanel.com



4 Zermatt

Champagne en terrasse

Le concept C'est désormais une tradition bien rodée. Lorsque les premiers flocons commencent à tomber en station, la maison de champagne Veuve Clicquot investit les terrasses d'altitude les plus prisées des Alpes. Peaux de mouton, télécabines, voire yourte ou bar aux couleurs iconiques de la maison prennent d'assaut les pistes.

L'offre Pour savourer des bulles avec vue sur les plus beaux sommets, le choix est vaste. En Suisse, trois terrasses arborent les couleurs emblématiques de la maison champenoise à Zermatt (l'Hôtel de la Poste, le Champagne Bar et le restaurant de montagne Blatten), une à Gstaad (au restaurant Egli) et une à Saint-Moritz (au Sönnenstübli de l'Hôtel Kempinski).

Les détails Pour transporter avec un chic fou sa bouteille de champagne, Veuve Clicquot a par ailleurs imaginé un sac de transport évoquant la doudoune et un seau à champagne portable du plus bel effet. *J.P.*

veuvecliquot.com

5 Val d'Isère (FR)

Plaisirs sucrés

Le concept Il est une star de la pâtisserie mondiale. Son instagram compte bientôt 12 millions de followers, pour donner une échelle, et des stars comme Blake Lively ou Alain Ducasse font soudainement apparition au gré de ses posts. Malgré un agenda surchargé, Cedric Grolet proposera cet hiver ses créations délicates au sein des Airelles Val d'Isère, l'une des luxueuses «maisons d'hiver» de l'Hôtel Airelles, à Versailles.

L'offre Le pâtissier apporte sa touche joliment irrévérencieuse au traditionnel *tea time* alpin. Outre ses fleurs et ses fruits emblématiques, il s'est amusé à développer certaines douceurs inspirées directement des montagnes environnantes et des saveurs locales.

Les détails Comme une envie de nomadisme? L'établissement propose un *Royal winter tour*, une aventure en trois étapes sur sept jours, de Versailles à Courchevel en passant par Val d'Isère. *J.P.*

Airelles Val d'Isère, rue de la Poste 145, Val d'Isère, airelles.com

6 Saint-Moritz

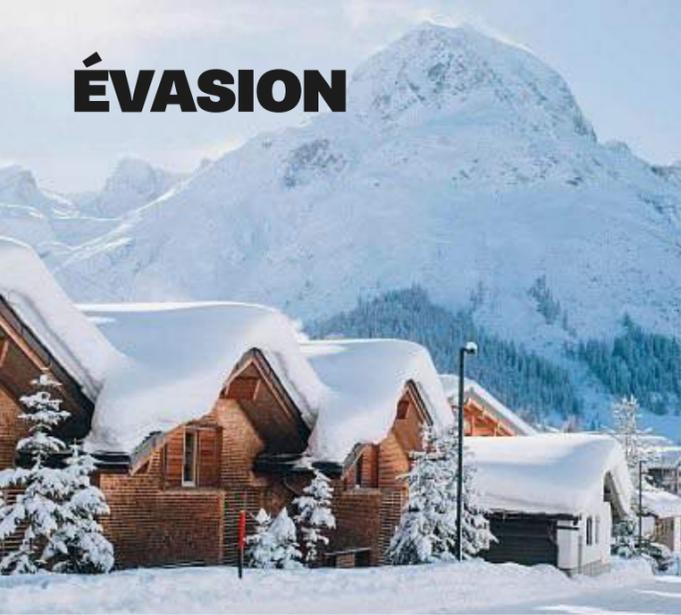
Hôtel historique modernisé

Le concept La station de l'Engadine célèbre sa riche histoire, celle qui lie l'essor du tourisme avec la conquête des sommets. Le boutique-hôtel cinq étoiles Grace La Margna et son architecture Art nouveau s'inscrivent dans ce noble passé. La toute fraîche et ambitieuse rénovation entend toutefois prolonger le chic du passé vers l'avenir, en tablant sur le luxe feutré le plus contemporain.

L'offre Derrière les façades ouvragées, les intérieurs ont été entièrement confiés à la maison de design italienne Molteni. Chambres et espaces publics sont ainsi constellés de meubles iconiques, griffés de noms comme Patricia Urquiola ou Rodolfo Dordoni.

Les détails Offre gastronomique, bar à cocktails, bar à cigares et espace wellness avec une piscine de... 20 mètres. Que demander de plus? *R.L.*

Grace La Margna Hotel, Via Serlas 5, Saint-Moritz, chambre dès 400 fr. gracemoritz.ch



7 Lech Zürs (AT) Montagne toquée

Le concept La station de ski autrichienne de luxe Lech Zürs am Arlberg compte 1500 habitants et... 54 toques Gault&Millau. Chaque année au mois de décembre, le village célèbre son savoir-faire gastronomique de renommée internationale avec le festival Arlberg Weinberg, une série d'événements sur dix jours entièrement consacrés aux grands vins et à la gastronomie de haut niveau – sur et en dehors des pistes de ski.

L'offre L'événement gourmet comprend une vingtaine de manifestations sur le thème du vin, dont des master classes, des tables rondes, des dîners et des dégustations: en compagnie d'experts renommés, on discute de thèmes d'avenir, on évalue des vins, on mange, on boit. Et on savoure.

Les détails L'Arlberg Weinberg a lieu jusqu'au 16 décembre à Lech Zürs am Arlberg. La plupart des événements – à l'exception des repas gastronomiques – sont gratuits, mais il faut réserver sa place via le site internet.

lechzuers.com

8 Saint-Moritz RDV design

Le concept Fondée en 2017, la foire de design itinérante imaginée par Giorgio Pace et Nicolas Bellavance-Lecompte s'était arrêtée pour la première fois en Suisse l'année dernière, après des haltes à Capri, Venise ou Monaco. Surtout, cet événement, qui permet à des galeries établies et à des créateurs et designers innovants de dialoguer avec leur clientèle et les amateurs d'art curieux, choisit à chaque fois un endroit extraordinaire. L'hiver dernier, la grand-messe s'était ainsi tenue dans l'Hôtel Eden inoccupé de Saint-Moritz. En février, elle est de retour...

L'offre Cette fois, c'est le chantier de l'ancien bâtiment de la Clinique Gut, au centre du village de Saint-Moritz, qui se transformera pendant trois jours en une exposition d'art et de design contemporain immersive et aux multiples facettes.

Les détails Cette grand-messe du design se tiendra du 20 au 23 février 2025, et les exposants – galeries et designers sélectionnés en Suisse et à l'étranger – seront annoncés tout prochainement.

nomad-circle.com

9 Verbier Les plus chics des pylônes

Le concept La force des réseaux sociaux. Depuis quelques hivers, ces pylônes de remontées mécaniques sont devenus des stars, générant likes et partages sur Instagram et ailleurs. Pourquoi diable? Parce qu'ils arborent fièrement sur toute leur longueur le nom de l'une des maisons de mode les plus courues, à savoir l'Italienne Prada. Un pylône, une élégante bande rouge éclatante, devant des sommets enneigés et un ciel bleu acier... Il faut reconnaître que l'effet est maximal, et l'effort minimal... Prada sait comment s'y prendre.

L'offre Cette saison, les amateurs de sports d'hiver du domaine skiable de Verbier, notamment, auront le plaisir de voir de près ces mâts en acier terriblement instagramables.

Les détails On ne sait pas encore, à l'heure actuelle, si les mêmes remontées mécaniques que les années précédentes afficheront les couleurs de la maison de mode.

verbier4vallees.ch



De la patinoire labellisée Jacquemus à la yourte Louis Vuitton, les maisons du luxe ont bien compris ce **nouvel engouement**

Avec ou sans skis, the place to be



Le public s'attarde là où il y a du divertissement – ou est-ce l'inverse? Jusqu'au début du XIX^e siècle, ce sont surtout des privilégiés – noblesse et riches familles – et des aventuriers qui se rendent dans les Alpes. Les stations de ski, les sommets environnants et les panoramas spectaculaires des villages de montagne attirent les touristes, nationaux comme internationaux. Aujourd'hui, environ 120 millions de personnes visitent l'espace alpin chaque année, et le tourisme constitue l'une des principales sources de revenus pour nombre de ses régions. Pourtant, les sports d'hiver qui ont rendu ces endroits si populaires en tant que lieux de villégiature – ski, snowboard, randonnée sur glacier, ski de fond, etc. – ne sont plus les seuls à faire l'attrait de la région. Les Alpes sont devenues un *hotspot* touristique hivernal et un détour par les montagnes enneigées fait depuis longtemps partie du programme obligatoire de la jet-set internationale.

Salons d'art et de design, festivals de musique pointus, restaurants pop-up, cuisiniers étoilés, boutiques saisonnières: l'offre d'événements et de concepts temporaires dans les destinations de sports d'hiver s'élargit et se diversifie d'année en année. De la patinoire labellisée Jacquemus à Courchevel en passant par la yourte Louis Vuitton dans le nord du Japon, les maisons du luxe ont bien compris ce nouvel engouement. Et si ces rendez-vous haut de gamme contribuent évidemment à l'attractivité générale de ces régions de vacances, ils se veulent aussi une sorte de contre-mouvement au tourisme de masse. Comme des points de ralliement, des lieux de rencontre destinés à celles et ceux qui souhaitent s'offrir de petits îlots d'excellence. L'hiver démarre officiellement dans quelques jours, et les villages alpins sont prêts. Beaucoup d'entre eux vont se transformer, provisoirement, en petits Manhattan vibrant d'animations.

10 Zermatt Le pop-up à la doudoune chic

Le concept Comme beaucoup de marques de luxe, l'italien Herno accompagne désormais sa clientèle là où elle se trouve en hiver, soit dans les stations de ski huppées. Cette toute première boutique pop-up hors de ville s'ouvre donc à Zermatt, pour la saison hivernale, avec l'idée de mieux faire connaître ces vêtements issus, dans l'après-guerre, des imperméables et autres pardessus protecteurs. La ligne s'est diversifiée ces dernières années, vers des tenues très urbaines. Reste la fabrication en Italie et le culte des belles matières.

L'offre Outre les doudounes et manteaux chics et chauds qui font la réputation d'Herno, rassemblés sous le label Laminar, la boutique propose des mitaines de laine, des chapeaux et écharpes, et même des jupes en dentelle scintillantes pour le soir. Le gilet pailleté et matelassé fait le lien entre la piste et la nuit.

Les détails A Zermatt, la marque s'allie à la chaîne de concepts stores de luxe Vietti, née, elle aussi, sur les rives du lac Majeur. R.L.

Pop-up shop Herno, au sein de la maison Vietti, Bahnhofstrasse 15-17, Zermatt, viettishop.com



be inspired

Davidoff
CIGARETTES

Rauchen ist tödlich - hören Sie jetzt auf. Fumer tue - Arrêtez maintenant. Il fumo uccide - smetti subito.

Cheers!

HAUTS OU BAS SUR PIED, CES VERRES ACCUEILLERONT AVEC STYLE TOUTES LES BOISSONS, DES PLUS BULLÉES AUX PLUS CAPITEUSES.

TEXTE JULIEN PIDOUX SÉLECTION ENDRIT NURCAJ



La maison Baccarat avait créé ce modèle pour le Tsar Nicolas II, rien de moins. Verre Tsar, **Baccarat**, env. 3800 fr.



Une forme généreuse, spécialement développée pour permettre au champagne d'exprimer toute sa vitalité. Verre Josephine n.º 4, **Josephinehütte**, 80 fr.



La silhouette moderniste est un clin d'œil à l'architecture des années 1960 de la Grande Pomme. Flûte New York (set de 2 verres), **Prada**, 260 fr.



La teinte ambrée évoque l'esthétique du verre ancien. Verre à champagne Zuma par Kelly Wearstler, **Serax**, env. 35 fr.



Cette coupe arbore une glycine dessinée à la main, tirée des archives de la maison. Coupe à cocktail Wisteria, **Tiffany**, env. 330 fr.



Un sultan marocain, un shah iranien et un maharaja indien ont déjà craqué pour ce verre à vin blanc. Verre Lady Hamilton, **Moser**, env. 400 fr.



Un chic intemporel pour cette coupe inspirée par les détails d'un modèle de montre de la maison. Verre à martini Langley, **Ralph Lauren Home**, 135 fr.



Le format parfait pour savourer un verre de petite arvine. Verre Tamigi tilleul, disponible en différentes couleurs, **Ichendorf Milano**, 24 fr. 90



Le fameux motif Cannage de Dior se retrouve sur ce modèle rose en cristal. Verre à eau, **Dior**, 330 fr.



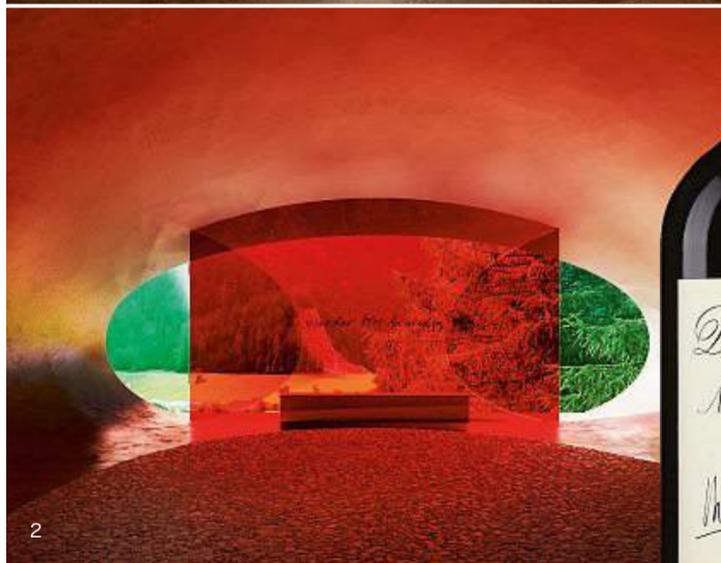
Une approche joyeusement rétro de l'art du verre de Bohême. Verre à eau Beryl Hobnail, **Klimchi**, env. 95 fr.



La chouette, symbole de sagesse, pare ce verre parfait pour accueillir un whisky. Owl old fashion tumbler, **Lalique**, env. 400 fr.



La texture de ce verre joyeux et coloré s'inspire du matelassage. Verre Quilted Murano (lot de 2), **La DoubleJ**, 235 fr.



Jacques Herzog

LE CÉLÈBRE ARCHITECTE, MOITIÉ DU BINÔME HERZOG & DE MEURON, ÉVOQUE SES PASSIONS ET SA VILLE DE CŒUR, BÂLE.

PROPOS RECUEILLIS PAR JULIEN PIDOUX

JACQUES HERZOG ne s'arrête jamais. Fondateur (en 1978!) de l'étude d'architecture Herzog & de Meuron avec son complice de toujours, Pierre de Meuron, il est à l'origine de certains des bâtiments les plus iconiques du monde – du stade Nid d'oiseau, à Pékin, aux Roche Towers de Bâle. Lui et ses équipes ont aussi conçu les quartiers généraux de la banque Lombard Odier (6), qui ouvriront en 2025 à Genève. Dans un registre plus personnel, Jacques Herzog vient de dévoiler «son» bar à cigare, salon intimiste lové au cœur de l'hôtel Trois Rois de Bâle.

Vous dites que ce bar fait partie de votre sphère intime, pourquoi?

Parce que je n'habite pas loin d'ici! Ce bar, appelé The Council (1), est en fait presque un projet égoïste! Plus sérieusement, on parle beaucoup du concept de *ten minutes city*, soit le fait d'avoir quasi tout à proximité. On en parle surtout dans les grandes mégapoles, là où il est devenu vraiment pénible de bouger. En Suisse, cette idée est devenue importante, surtout

dans la conception de nouveaux quartiers. Ne pas seulement avoir des logements, mais aussi offrir des places de travail, des restaurants, des boulangeries, des commerces de proximité. C'est un véritable luxe que de trouver des choses dans son quartier, près de sa maison.

Vous avez participé à plusieurs projets autour du vin, un plaisir épicurien?

Herzog & de Meuron s'occupe de tous les types d'architecture qui nous entoure, nous les êtres humains. Mais il est vrai que j'adore le vin, français particulièrement. Nous sommes très amis avec Christian Moueix, qui est l'un des plus grands viticulteurs du monde, basé à Bordeaux. Nous avons réalisé en 1998 son projet en Californie, pour la Dominus Winery, et son très grand vin (3).

Beaucoup de vos clients sont des fidèles dirait-on...

Nous sommes très honorés d'avoir des clients qui reviennent, qui sont devenus des amis, et qui font du très grand travail eux-mêmes, comme Christian Moueix, la famille Ricola,

avec qui nous avons souvent eu l'occasion de travailler. Ou encore avec Miuccia Prada (4) avec qui j'aime beaucoup développer des projets communs.

Y a-t-il un projet qui occupe particulièrement vos pensées?

Il y a peut-être deux projets en particulier qui m'occupent plus intensément ces temps-ci. Ils sont plus personnels, presque entièrement *hand-made*: Une chapelle d'autoroute à Andeer dans les Grisons (2), pour laquelle nous sommes toujours en train de chercher des financements, et le projet des Calder Gardens à Philadelphie, aux USA.

Bâle est votre ville de cœur, quels endroits aimez-vous particulièrement?

Il y a certains endroits que j'aime beaucoup, et que je fréquente régulièrement... le restaurant Chez Donati (5), à quelques pas de notre bureau, les grands musées de la ville, le Stadtcasino...et bien sûr j'adore aller voir jouer le FC Bâle dans le stade Saint-Jacques que nous avons réalisé. ☺



L'interview en entier est à découvrir sur notre site.

délice divers

