



encore!

FÊTES

MONTRES
SUBLIMES
MINIATURES

SAGA
LE MYTHE
DU SKI
EN SUISSE

CADEAUX
GRIGRIS
COUTURE

ALLURE
LE SMOKING SE PIQUE
D'EXTRAVAGANCE

DÉCEMBRE 2025

Le Matin
Dimanche



BOUTIQUES AUDEMARS PIGUET : CRANS-MONTANA | GENÈVE | ZURICH

150
YEARS

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

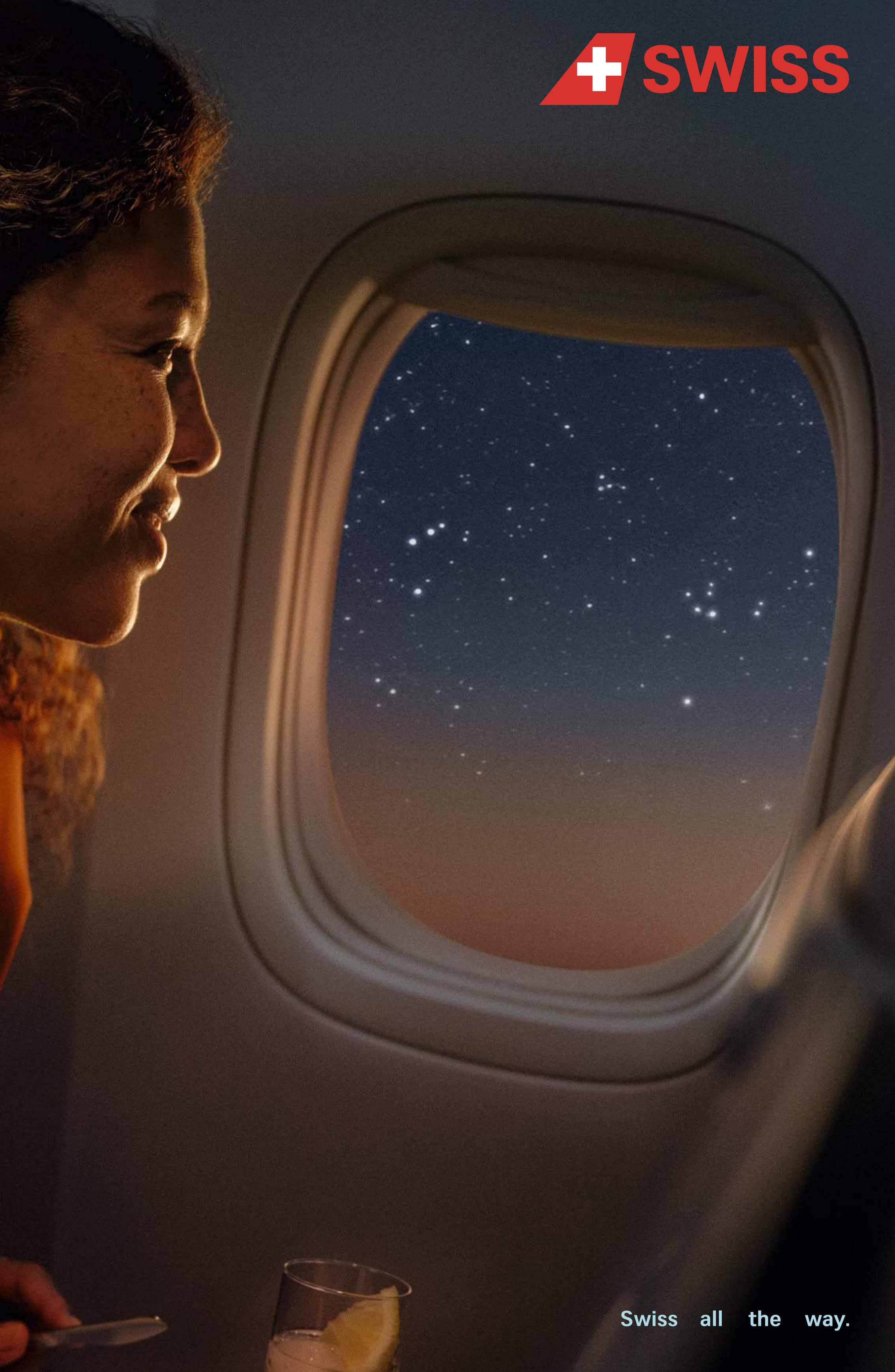


CODE 11.59 BY AUDEMARS PIGUET

A close-up, artistic photograph of a woman with voluminous, dark, curly hair. She is wearing a vibrant red, draped garment. The lighting is warm and dramatic, highlighting the texture of her hair and the folds of her dress. The background is dark and out of focus.

**Les plus belles
lumières de Noël
se trouvent dans le ciel.**

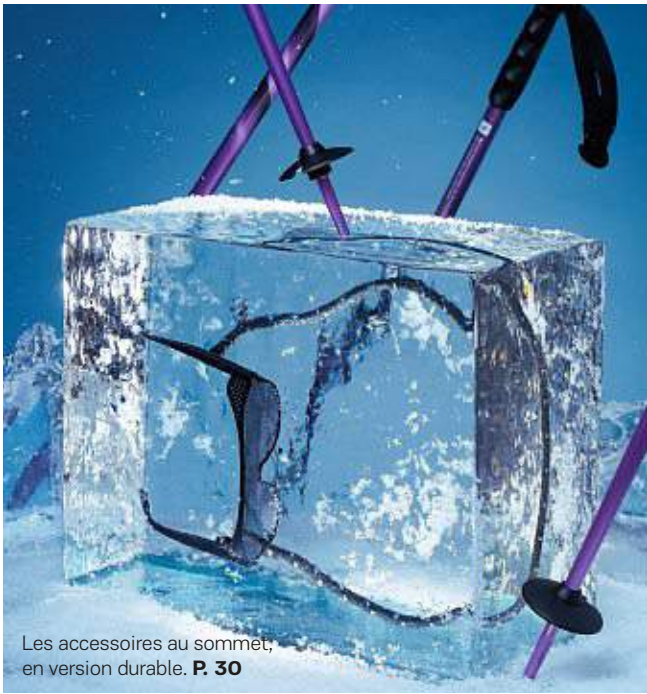
**SWISS vous souhaite
des Fêtes étincelantes.**



Swiss all the way.

Traits joyeuses fêtes !





Les accessoires au sommet, en version durable. P. 30



Kristina Thaden et ses beaux sacs plissés. P. 18



Le plaisir d'offrir des porte-bonheur. P. 32

FÊTES | DÉCEMBRE 2025

SUJETS

12 Trend

Avec la fleur du mahonia, un jaune éclatant s'invite pour les Fêtes

14 Swiss Made

Depuis le Tessin, le panettone fait saliver la Suisse entière

15 Horlogerie

La montre taille XS, un bijou pas comme les autres

16 Saga

L'identité suisse s'est (aussi) construite sur les pistes de ski

34 Evasion

Dix raisons de retourner à Marrakech, en pleine mutation

RUBRIQUES

8 Merveilles: design suisse en majesté, délices chocolatés et cadeaux high-tech **37 Shopping: les plus chics des pantoufles** **38 Beauté: les lèvres se parent de teintes gourmandes** **39 Ses goûts: Jean-Michel Othoniel, l'art dans la rue**



Veste ajustée et pantalon en laine et soie, Loewe. P. 22



COUVERTURE

Veste à simple boutonnage et pantalon droit en tweed mélangé de laine, cachemire et soie à paillettes, gants longs en cuir, **Tom Ford**. Montre Santos de Cartier, petit modèle, mouvement quartz, or jaune, **Cartier**. Bracelet Love Unlimited en or jaune, bracelet Love Unlimited en or blanc, bracelets Love, or rose et diamants, bracelet Love, or jaune, **Cartier**.

PHOTOS
Benoît Peverelli
STYLISME
Simon Pyllyser

Photo du haut au centre: Lunettes The Ranger, impression 3D, **Viu**. Bâtons de ski, 100% aluminium recyclé, **Faction X Nespresso**.

Un peu de couleur dans le noir

A

vec son éternelle aura d'élégance, le noir se porte comme un charme. En décembre surtout, quand festivités et soirées de fin d'année s'enchaînent et que les guirlandes, dans les rues, donnent suffisamment dans la surenchère pour dissuader les coquettes et les coquets de leur faire concurrence. Or il y a noir et noir. Les smokings qui nous ont charmés (voir les images mode dès la page 22) portent en eux ce sourire qui les extrait du classicisme convenu. Regardez ces découpes espiègles, ces pantalons aux jambes si larges qu'elles pourraient accueillir celle du voisin, ces ourlets ostentatoires! Autant de prouesses sartoriales qui signent la personnalité et illuminent la silhouette de leur esprit malicieux. Une petite – ou grande! – broche précieuse au revers? Et



Renata Libal, rédactrice en chef

comment! Voilà la touche de couleur, de brillance, qui ponctuera le message de joie. Qui désire souligner le propos opéra, autre choix, pour une fleur haute en couleur piquée à la boutonnière. Oui, comme pour les cérémonies de mariages. Sur les podiums des Fashion Weeks, cette année, les fleurs défilaient dans toute la splendeur de leur exubérante fragilité. Presque une proclamation de foi en la nécessaire puissance de la beauté – fût-elle éphémère. Cette idée est facile à adopter, à perpétuer... ou à offrir. A propos de fleur: un nouveau venu dans les parcs et jardins, le mahonia (lire en p. 12) a l'outrecuidance de fleurir en jaune flamboyant, maintenant, alors que la plupart des végétaux, épuisés, baissent leur tête brune. Lui aussi apporte sa touche de bonheur au paysage. Profitons de cette vision: puisse cette fin d'année se vivre dans une joyeuse énergie. ☺



encore plus de contenu en ligne sur encore-mag.ch



Une **silhouette Dior**, qui a tant fasciné Azzedine Alaïa.

EXPO

Face à face

Dès l'entrée, une évidence s'impose: cette double exposition Dior-Alaïa n'est pas simplement un hommage, mais une rencontre orchestrée avec une finesse rare entre deux maîtres de la couture. La Galerie Dior et la Fondation Azzedine Alaïa révèlent un dialogue sensible, presque naturel, entre Christian Dior et celui qui fut l'un de ses plus fervents admirateurs, Azzedine Alaïa. A La Galerie Dior, plus d'une centaine de pièces issues de la collection privée et secrète de Monsieur Alaïa se dévoilent pour la première fois. On devine la patience et la curiosité qui ont guidé ce collectionneur passionné, l'incitant à étudier les structures délicates, les volumes impeccables, ces «mystères de robes» qui l'intriguaient depuis l'adolescence, comme le souligne Olivier Saillard,

commissaire de l'exposition. Non loin de là, la Fondation Alaïa propose un écho saisissant: quelque 30 créations Dior y dialoguent avec 30 silhouettes Alaïa. Ces duos révèlent la manière dont l'inventeur du New Look a façonné, parfois en filigrane, l'esthétique du couturier d'origine tunisienne, qui avait brièvement fréquenté les ateliers de l'avenue Montaigne en 1956. La double exposition offre ainsi une vision croisée de la mode: celle du regard de Monsieur Alaïa sur l'œuvre de Monsieur Dior et celle d'une filiation stylistique affirmée de vitrine en vitrine. Une conversation silencieuse, dont l'élégance fera grand bruit.

Endrit Nurcaj

La collection Dior d'Azzedine Alaïa, jusqu'au 3 mai 2026 à La Galerie Dior, galeriedior.com



BEAUTÉ

Dutch touch

Quelle senteur incarnerait le souffle d'Amsterdam? Sans hésiter: la tulipe, emblème vibrant de la ville. Pour célébrer ses 25 ans, Rituals retourne à ses origines avec une édition collector «Amsterdam», où les effluves de la fleur et du yuzu se mêlent à un design nuancé d'un bleu vibrant. La collection est disponible à Zurich, célébrant l'ouverture du premier Mind Oasis en Suisse. *J.Q.*

Retrouvez l'expérience complète du Mind Oasis à Zurich et de la collection Amsterdam sur notre site web, encore-mag.ch



BEL OBJET

Verres précieux

Lors de la Biennale de Venise de 1950, l'artiste visionnaire Fulvio Bianconi faisait sensation en présentant pour la maison Venini un vase coloré en verre de Murano en utilisant la technique du *pezzato*: des carreaux de verre encore chauds étaient assemblés pour former une mosaïque. Le fabricant de verre vient de présenter une nouvelle collection iridescente, tout autant sensationnelle. *T.B.*

Vase Pezzato Alto, env. 2600 francs, Venini, venini.com

ESCAPADE

Le silence du désert

À Dubai, on oublie parfois ce qu'était encore l'émirat dans les années 1950: un petit village au bord d'une crique, qui vivait de la pêche aux perles et du commerce des épices. Dans les Land Rover vintage décapotables du prestataire de safaris Platinum Heritage, on remonte avec style le temps jusqu'à cette époque. Dans la lumière dorée du soleil bas sur l'horizon, la traversée du désert est féérique. Après un coucher de soleil photogénique, une démonstration de fauconnerie est organisée. La journée se termine par un dîner bédouin au camp, avec tambours, danse, balade à dos de chameau, tatouages au henné et lecture des étoiles... Lorsque le silence profond de la nuit s'installe et que l'on retourne en ville, on envie ceux qui ont eu la sagesse de réserver une nuit au camp. *Silke Bender*

Heritage Desert Safari, env. 150 fr. la journée, tout compris, uae.platinum-heritage.com





Les panneaux amovibles en textile donnent **une touche de chaleur** au métal des meubles.

DESIGN

La douceur en plus

Comme les diamants, les meubles modulaires USM Haller sont *forever* – destinés à durer une éternité. Symboles, dès 1965, du design suisse dans ce qu’il incarne de solide, d’efficace et d’élégant, les étagères se reconnaissent au premier coup d’œil, grâce à un vocabulaire esthétique plus que clair: des panneaux d’aluminium colorés, une structure tubulaire et une astucieuse sphère qui sert de boulon. Comme chaque pièce se monte et démonte à l’infini, bien des entreprises du pays et d’ailleurs ont adopté ce mobilier évolutif qui accompagne les changements au sein des équipes. Or, si le mobilier chic et pro a imposé son image business, son entrée dans l’intimité des maisons privées



Le système d’aimants est facile à manipuler.

est moins spontanée. Souvent, le choix des seuls esthètes amoureux de design. Cette donne est en passe de changer radicalement: de nouveaux panneaux textiles aimantés permettent de fermer les casiers de manière ludique, tandis que la texture moelleuse répond aux angles droits du métal. Une révolution douce! Le meuble pensé comme un puzzle évolutif a été développé avec le designer français Marc Venot et le studio américain JOBA. Chaque panneau contribue en outre à améliorer l’acoustique de la pièce. Une nouvelle ère feutrée... *Renata Libal*

USM Haller Soft Panel, disponible en trois formats, trois motifs et dix couleurs, en vente dès le 6 janvier 2026, dès 145 fr.

MONTRE

Suivez le guide!



Les élégants en sneakers auraient-ils perdu tout sens de l’étiquette? Une astucieuse et souriante nouveauté horlogère se fait un plaisir de rappeler les codes des tenues de soirée. Chez le Genevois Raymond Weil, la *dress watch* – comme on appelle les montres dites habillées – inscrit sur le cadran l’endroit exact que devrait atteindre la manche de chemise, selon l’occasion. A 9 heures, l’inscription stipule qu’en tenue de soir, la manchette devrait couvrir au moins la moitié du cadran – ceci est une montre à (presque) cacher! Le modèle a été développé avec le designer Romaric André (du label seconde/seconde/) dans l’esprit du jeu «Jacques a dit». Au dos du boîtier figure ainsi un «Raymond a dit», qui préconise de toujours enlever sa montre pour la remonter et de le faire avec ostentation, si possible au milieu d’une conversation. Il ne faut peut-être pas suivre ce conseil à la lettre, mais il est certain que cette pièce horlogère réhabilite, avec humour, un art de vivre qui attend son heure. *R.L.*

Raymond Weil, Toccata Heritage x seconde/seconde/, éd. limitée, mvt mécanique, 1695 fr.



DÉCO

Yayoi sur le sapin

C’est peut-être le plus malicieux des souvenirs à ramener de l’exposition actuelle de Yayoi Kusama, à Bâle. L’artiste japonaise, reine du pois, a été portraiturée en déco de Noël, bouille sur boule. *R.L.*

Boule de Noël Dot, Becky Kemp pour Lucie Kaas, 21 fr. à la boutique de la Fondation Beyeler. Expo Yayoi Kusama jusqu’au 21 janvier 2026



Le fauteuil **Grinza White** célèbre les champs de neige.

DESIGN

Si chaude neige

Décidément, Edra aime les ours polaires! L'éditeur de meubles design a beau être originaire de Toscane (Valerio et Monica Mazzei y ont fondé leur entreprise en 1987), le froid lui va bien. Les amateurs de pelage sur sofa se souviennent du canapé Pack, de Francesco Binfaré, celui où un ours polaire géant sert de dossier et berce les plus originels de nos rêves. La toute récente version du fauteuil Grinza est une cousine de ce plantigrade du Grand Nord. Il s'agit d'une édition spéciale du célèbre fauteuil des frères Fernando et Humberto Campana. La version historique date de 2011 et elle proposait déjà un châssis en acier tubulaire, avec un rembourrage généreux, habillé d'un ample revêtement que l'on dirait aléatoirement jeté là, avec un plissement différent à chaque fois. Cette esthétique de fausse improvisation (chez Edra, le geste artisanal est érigé en culte)

s'inscrit dans la démarche esthétique des designers brésiliens, toujours attentifs à créer des chocs visuels qui bousculent les certitudes. Initialement, l'habillage du fauteuil était de cuir, puis Edra a fait évoluer le concept vers la (ô si douce) fausse fourrure. L'actuel modèle, croisement spectaculaire entre un sharpei et un champ de neige, a été conçu à l'occasion des Jeux Olympiques de février prochain, Milano Cortina 2026, comme en atteste une discrète plaque couleur bronze. Edra est en effet partenaire, depuis dix ans, de la Casa Italia, qui accueille les athlètes et l'excellence à l'italienne au fil des rendez-vous olympiques. Ce fauteuil floconneux incite à se blottir pour hiberner – et suivre les épreuves à l'écran! Poudreuse dans tous ses états! *Renata Libal*

Fauteuil Grinza White, édition Milano Cortina 2026, Edra, prix sur demande



DÉLICE

Voyage chocolat

Ceci n'est pas un chocolatier: presque un voyageur. Le duo romand Thierry Haas et David Perroud a créé une boutique en ligne, spécialisée dans les chocolats d'artisans inspirés, issus de cinq continents. Cette ambitieuse collection de saveurs est unifiée par des designs originaux de l'illustratrice Missy, pour le plaisir de l'œil comme de la papille. *R.L.*

Likkle More, chocolat noir à 70% de Jamaïque, thym et écorce d'orange, 13 fr., criolloquetzal.ch



DÉCO

Comme chez Vallotton

L'estampe «La paresse» est certainement la plus célèbre de Félix Vallotton: on y voit une beauté nue alanguie sur un couvre-lit aux motifs géométriques. Pour les 100 ans de la disparition de l'artiste (et ses propres 130 ans), la maison Elite – celle des lits suisses très haut de gamme – reproduit le fameux plaid en baby alpaga. Collector! *R.L.*

Plaid «La paresse», édition limitée, dans les boutiques Elite Gallery, 980 fr.

Mon bloc-note a pris du grade

TOY TOY TOY



PAR JULIEN PIDOUX

Des cahiers de tous les formats, de toutes les couleurs, avec des intérieurs lignés, pointillés, vierges...

Je suis un avide collectionneur de cahiers. Mais à force, cela prend de la place, se remplit vite et... se perd parfois. L'arrivée sur le marché du tout dernier modèle de la marque Remarkable tombe donc à point nommé. Le Pro Move, c'est cette petite tablette (environ 20 centimètres sur 10), aux dimensions plus réduites que son prédécesseur, qui affichait un format quasi A4. Le dispositif est on ne peut plus simple, intuitif: on l'utilise comme une feuille, on



Remarkable Pro Move, dès env. 450 fr., remarkable.com

prend des notes (avec le stylet) de manière complètement naturelle, on tourne les pages en «swipant», on ajoute des motifs, on crée des dossiers ou on ajoute des diagrammes. Et il y a la possibilité de changer la trame du papier (les fameuses lignes, les carrés ou les pointillés, mais de loin pas que ça!), la couleur de son outil d'écriture, qui se transforme selon ses désirs en stylo, en feutre ou en pinceau. Idéal pour être glissé dans son sac, voire une poche, pour prendre des notes en déplacement, dans un meeting ou durant un weekend à Rome... Le tout sans fenêtres pop-up ni accès aux réseaux sociaux, histoire de rester concentré. Fluidité et simplicité. Par contre, Remarkable permet de sauvegarder sur le Cloud toutes ses notes via un compte ad hoc, afin que la perte éventuelle de ce si précieux petit bloc-note digital ne se transforme pas en cauchemar. Idéal pour tous ceux qui passent leur temps à gribouiller des notes et des esquisses, ou à dresser des listes à la moindre occasion!



apm

MONACO

www.apm.mc

Genève, Zurich, Lausanne, Lugano



Des fleurs d'un jaune éclatant, un parfum léger et des fruits dont les oiseaux raffolent... Les diverses déclinaisons du mahonia cumulent les bons points.

Noël en jaune

ROUGE, VERT ET BLANC. Si ces trois couleurs incarnent si bien les traditions de Noël, c'est qu'elles font entrer dans les maisons ce que la nature au-dehors propose de plus lumineux: les branches des sapins, les baies de houx, les délicats pétales de ces hellébores que l'on surnomme roses de Noël. Or, les plus observateurs des promeneurs réalisent ces temps qu'une autre nuance s'impose dans le paysage urbain de fin d'année: quelle énergie dans ces cascades de fleurs jaunes! Et quel jaune! Citronné, insolent, sensuel, incongru, fracassant... Les curieux font leur petite recherche botanique et découvrent le *Mahonia eurybracteata* – *soft caress* de son nom commercial. Cet hybride relativement récent ne pousse pas en Suisse à l'état sauvage, mais se taille un joli succès dans les parcs publics et, depuis peu, dans les jardins privés, car il cumule les qualités. Pour commencer, il est robuste et endurant face aux maladresses des plus ineptes des jardiniers. Un bon point pour lui. Mais c'est surtout son élégant plumeuse qui attire les suffrages. A l'origine, l'arbuste en

provenance de Chine était surnommé houx jaune, en raison de son feuillage luisant à épines et de sa floraison hivernale. Les cultivars récents conservent l'aspect graphique du feuillage persistant, mais l'affinent. Le vert un peu gris met en valeur les grappes couleur mimosa, qui en outre diffusent une senteur sucrée et délicate, ce qui ne gâte rien.

L'autre matin, dans le parc du Campus de haute horlogerie à Meyrin (une création des paysagiste du studio genevois Oxalis), le soleil d'hiver allumait les inflorescences jaunes, dans ce décor végétal aux camaïeux de beige et de gris, si typique des ambiances fanées. Explosion de vie dans un décor de nostalgie: délicat contraste. A l'amorce du printemps, des baies bleutées prennent le relais et attirent les oiseaux: la vie au carré. Pour accompagner la belle des massifs, on peut imaginer des fougères, pour le joli dialogue entre feuillages fins et découpés, et des hellébores pour un jardin d'hiver épanoui. Et on va darre darre dénicher des boules d'or pour le sapin, histoire d'assortir intérieur et extérieur. ☺



D'autres inspirations jaune soleil pour la période des Fêtes.

TEXTE RENATA LIBAL

Le rendez-vous des collectionneurs

AVEC SON CONCEPT MASTERWORKS, LA MAISON BUCHERER MET SON EXPERTISE ET SES BOUTIQUES AU SERVICE DES MARQUES DE NICHE ET DES MODÈLES EXCLUSIFS. COUP DE PROJECTEUR SUR LES **PIÈCES RARES!**

TEXTE LA RÉDACTION



L'EXPERTISE

Maison de grande réputation horlogère, Bucherer s'est imposée comme un acteur clé de l'industrie, grâce aussi au plus grand réseau de distribution de montres et bijoux au monde: 33 boutiques en Europe (dont 15 en Suisse) et 18 aux Etats-Unis. Mais surtout, l'entreprise, fondée en 1888 à Lucerne, se positionne comme une référence en matière de montres rares. Sa ligne Bucherer Exclusives propose des collaborations créatives avec les noms les plus prestigieux du secteur. L'introduction du CPO, le Certified Pre-Owned, l'a fait accéder au meilleur des montres d'occasion certifiées, sélectionnées avec le plus grand soin. En 2019, un pas supplémentaire a été franchi dans la direction des mécaniques complexes, avec **le lancement du concept Masterworks**. Cette vitrine artistique est dédiée aux montres hors du commun – tourbillons, Quantièmes perpétuels et autres mouvements squelettés – et aux marques de niche. Bienvenue dans le repaire des garde-temps à très haute virtuosité mécanique ou artistique! Les connaisseurs et collectionneurs aiment se rencontrer autour de ces trésors exceptionnels, de pouvoir en admirer les détails à la loupe et de profiter des conseils et explications d'experts Bucherer. Les amateurs plus novices? Ils ont droit là à une initiation personnalisée de haut-vol. Une communauté en formation...



L'ÂME DU CONCEPT

S'il fallait désigner un seul homme derrière le concept Masterworks, ce serait certainement Olivier Gantenbein, Global Associate Director de la haute horlogerie chez Bucherer. Cet horloger de formation initiale s'est vite passionné pour les grandes complications, avec un accent particulier mis sur les calendriers perpétuels. Il a ensuite travaillé pour des marques très pointues, comme Hautlence et H. Moser & Cie, puis Amin Strom. Quand il a rejoint Bucherer, en 2022, son expertise en horlogerie fine l'a d'emblée mené vers ce domaine des pièces exclusives. Son engagement dans la recherche et la compréhension de ces chefs-d'œuvre l'incitent à envisager Masterworks non seulement comme une vitrine de la haute horlogerie, mais vraiment comme une plateforme cuturelle, chargée d'une vision artistique, d'héritage artisanal et d'émotions uniques.

L'ESPACE

Si toutes les boutiques Bucherer de par le monde assurent un accueil privilégié et l'élégance lumineuse qui sied à une clientèle exigeante, des espaces particuliers ont été prévus pour accueillir la communauté Masterworks. Dans une sélection de boutiques phares, entre Las Vegas, Francfort ou Londres, des places un peu à l'écart, à l'atmosphère calme et discrète, permettent de découvrir et manipuler ces montres hors du commun, d'échanger entre amateurs de mouvements complexes et de métiers d'art. En Suisse, ces amoureux de haute horlogerie trouveront refuge à Genève, Zurich et, naturellement, dans **la boutique historique de Lucerne**. Au-delà des montres, l'idée est aussi de mettre en valeur les humains qui les conçoivent, ces talentueux «Masters at Work», appelés à partager leur vision, leur histoire, leur rapport à l'art.

LES PIÈCES RARES

Il y a les grandes marques, naturellement, celles que même le grand public sait capables de magie: Jaeger-LeCoultre, IWC, H. Moser & Cie, Girard-Perregaux... Chez ces détenteurs historiques des savoir-faire horlogers, Bucherer sélectionne les pièces les plus extravagantes, souvent disponibles ici en exclusivité – quand il ne s'agit pas de pièces uniques. Mais il n'y a pas que la tradition! Bucherer considère les marques de niche comme un pilier de sa démarche. Ces petites marques indépendantes (comme Biver, De Bethune, Urwerk ou Ressence), souvent mues par un éclair de génie, voire un vent de folie, vont à l'encontre des lois du marché et imposent une vision hautement personnelle. Comme le dit Olivier Gantenbein, «Masterworks n'est pas juste une destination, c'est un voyage – de découvertes, de beauté et de merveilles horlogiques.»



Un dôme si moelleux

FONDÉE EN 1888, LA BOULANGERIE PEVERELLI, À BELLINZONE, TOURNE À PLEIN RÉGIME À L’APPROCHE DES FÊTES POUR PRODUIRE SES **PANETTONES**, APPRÉCIÉS DANS TOUT LE TESSIN ET AU-DELÀ.

TEXTE JULIEN PIDOUX IMAGES FELIX VERICEL

AU CŒUR de la ville de Bellinzone, au Tessin, c’est une institution. Sur la majestueuse Piazza Collegiata, face à la cathédrale, la boulangerie Peverelli accueille locaux et touristes en goguette à l’heure du café ou de l’apéro, ses étals regorgeant de délicatesses. Parmi ces dernières, il y en a une qui joue sa star, encore plus à l’approche des Fêtes: le panettone. Traditionnel avec ses raisins et ses petits morceaux d’agrumes confits, au chocolat ou aux marrons glacés, c’est la spécialité – l’emblème! – de toute la région, Tessin et Lombardie inclus.

C’est à deux pas du centre-ville que se nichent les laboratoires de la maison, créée en 1888 par Francesco Peverelli. Et autant dire que la fabrication du panettone prend du temps. Beaucoup de temps. Car le délice fait partie de ces spécialités à fermentation naturelle. Tout commence donc le matin avec la préparation de la levure mère, patiemment nourrie à la farine, que l’on laisse monter en plusieurs phases. Ce *primo impasto* – première pâte – est ensuite versé – avec amour! – dans le pétrin, dans lequel on ajoute du sucre, de la farine, puis des œufs et du beurre. *Spoiler alert:* beaucoup de beurre. Il faut voir le boulanger, Arwinder pour cette première étape, surveiller sa préparation, la couvrir du regard, lui parler même – «Tu te comportes bien, bravo», ou «tu nous fais un petit caprice, là».

Après une quarantaine de minutes de pétrissage, la pâte part à l’étuve pour continuer à travailler une douzaine d’heures, au chaud. C’est donc à minuit que l’on sort la pâte de l’étuve, reversée dans le pétrin, remalaxée avec amour – mais cette fois par Marco qui, lui aussi, pose un regard affectueux sur la future délicatesse. Après y avoir ajouté encore un peu de beurre et d’œufs, c’est au tour des raisins secs, des morceaux de cédrat, de citron et d’orange, mais aussi de quelques gousses de vanille et d’un soupçon de malt de rejoindre la grande cuve. Tout à coup, un parfum gourmand et reconnaissable entre mille enbaume l’air. La préparation est ensuite pesée, divisée, malaxée – on parle de la *piratura*, le fait de façonner une boule – et répartie dans une soixantaine de ces moules en carton ondulé, typiques de la spécialité. C’est ensuite reparti pour un tour à l’étuve, le temps que la levure, encore vivante, donne un peu de panache à la préparation. Il est 2 heures et demi du matin.

L’heure du couronnement

Quatre heures plus tard, c’est – enfin – l’heure de la cuisson, ou presque. Car auparavant, Arwinder, reposé, passe tel un artiste peintre un coup de pinceau imbibé d’œuf sur chaque pièce, puis sort un petit couteau de son étui, et entaille chacun des panettones confectionnés plus tôt dans la nuit. D’abord une grande croix sur le dessus, puis quatre petites découpes aux extrémités de la croix, qui vont permettre à la pâte de monter généreusement durant la cuisson.

Au four! Les panettones commencent leurs tours de manège, durant presque à vue d’œil. D’abord, la «couronne» apparaît, lorsque les quatre pointes de la croix se dressent sous l’effet de la chaleur. Puis le dôme s’affirme, monte, monte encore. Une fois que la levure a tout donné, la cuisson se prolonge encore un instant pour atteindre le cœur et bien parfaire la coloration. Les voilà joufflus à point. Arwinder ne perd rien du spectacle, car chaque fournée est différente, en fonction de la matière première, mais aussi de la saison et de la température ambiante. Une quarantaine de minutes plus tard, les renforts sont appelés, car il faut alors aller très vite: le boulanger ouvre la porte du four, dépose les panettones sur une grande table en inox, et deux comparses les encastrant avec dextérité sur une sorte de rack équipé de pics qu’ils retournent. Voilà nos panettones la tête à l’envers pour plusieurs heures, histoire que leur forme bombée si typique se conserve et s’affirme.

Presque. Les voilà presque prêts à être vendus dans l’une des boutiques de la maison Peverelli, à Bellinzone, à Lugano ou à Giubiasco. Ne reste plus qu’à les remettre à l’endroit, les emballer dans un premier sachet en plastique pour qu’ils gardent longtemps leur moelleux, puis dans un deuxième emballage en carton. Mais attention, il faudra encore s’armer de patience: d’après Arwinder, il faut attendre cinq jours pour que le panettone développe tous ses arômes... Autant dire que le temps va paraître long. ☺



Paola Peverelli

Mariée à Gianfranco «Kiko» Peverelli – le petit-fils du fondateur, Francesco –, Paola Peverelli travaille au sein de l’entreprise depuis une quarantaine d’années, après avoir été active dans le milieu médical. Elle occupe aujourd’hui le poste de directrice de l’entreprise. Avec trois boutiques à Bellinzone, Lugano et Giubiasco et son laboratoire, la petite entreprise emploie au total une soixantaine de personnes. Elle fournit aussi nombre d’hôtels et d’institutions dans le canton.

La grande heure des minimontres

EN MARGE DE LA TENDANCE DES MONTRES «D’HOMME», LES MODÈLES XS GAGNENT DU TERRAIN. PLUS BIJOUX QUE JAMAIS, ILS SE GLISSENT AU POIGNET AVEC UN TWIST MODE.

TEXTE MATHILDE BINETRUUY

AVEC SES 16 MM, la version mini de la montre Kelly, signée Hermès, fait sensation et, surtout, des émules. Depuis quelques mois, les horlogers multiplient les créations XS, aussi désirables les unes que les autres. Plus discrètes, plus adaptées aux poignets fins et surtout plus joaillières, elles renouent avec les origines mêmes de l’horlogerie. Car avant de s’attacher aux poignets, l’heure s’affichait sur des bagues (XVII^e siècle), sur des pendentifs (XIX^e siècle) ou des broches (XX^e siècle). Puis, peu à peu, elle a migré vers le poignet, épousant la finesse des attaches féminines. Dans les années folles, entre libération et exubérance, les montres captent l’air du temps: cadrans en pierre dure, mailles milanaises, bracelet en or.

L’avènement des mouvements à quartz, en 1969, marque ensuite un tournant décisif. L’heure devient bijou. Aujourd’hui, les femmes redécouvrent ce plaisir d’ornement, tandis que les jeunes filles voient dans ces montres miniatures un accessoire de mode, à glisser entre bracelets colorés et breloques bohèmes.

Si elle complète un look, la minimontre exige néanmoins un pedigree irréprochable. La marque, l’histoire, le modèle comptent plus que jamais. Demandez autour de vous: beaucoup citeront des icônes comme la Première de Chanel, la Serpenti de Bvlgari... Avec leur miniformat et leur maxicote d’amour, ces pièces cochent toutes les cases: héritage, design et glamour. Elles s’inscrivent aussi dans la tendance du *less is more*, où l’on acquiert moins, mais mieux, et où chaque achat devient un manifeste de style. ☯



SENSUELLE

Est-ce que Piaget aurait réinventé la manière de porter l’heure? Entre bijou et talisman, cette montre aux courbes organiques et au cadran turquoise captive. Sertie de diamants, soulignée d’un bracelet d’or fluide, elle se pose sur la peau comme une caresse.

Piaget Essentia, mouvement quartz, or rose, boîtier ovale, étanche à 30 mètres, prix sur demande



SOLAIRE

Le motif Rope, inspiré des tresses et cordages chers à Jean Schlumberger, devient montre glamour. Son cadran en nacre blanche se marie à un bracelet bleu Tiffany graphique. Sous cette apparente délicatesse, un mouvement solaire assure jusqu’à huit mois d’autonomie sans lumière.

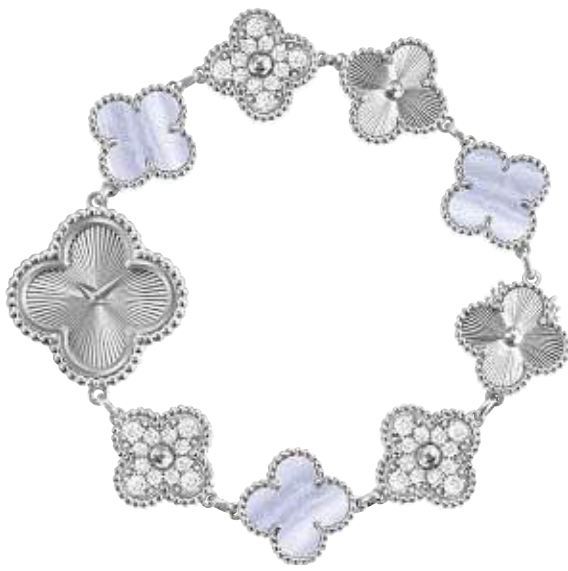
Tiffany Rope, mouvement solaire, or jaune, 27 mm, étanche à 30 mètres, 16 200 fr.



COUTURE

La Première prend du galon. Son bracelet, inspiré du galon torsadé du vestiaire Chanel, se pare d’or et s’impose avec une rigidité tendance. Son cadran octogonal évoque la vue de Gabrielle Chanel sur la place Vendôme et le bouchon du parfum N°5.

Chanel Première Galon, mouvement quartz, or jaune 18 carats, 19,7 x 15,2 x 7,7 mm, étanche à 30 mètres, 14 150 fr.



PORTE-BONHEUR

Et si cette montre-bijou était une amulette? Le motif Alhambra, icône de chance depuis 1968, se pare ici de calcédoine, de diamants et d’or blanc guilloché, captant la lumière à chaque mouvement. Une pièce conçue pour illuminer le temps qui passe.

Van Cleef & Arpels Sweet Alhambra, mouvement quartz, or blanc, 22,7 mm, étanche à 30 mètres, 32 200 fr.



MALICIEUSE

Ce petit cadenas a le don de briser les verrous de la morosité. Porté au poignet façon charm ou en sautoir, il joue avec le temps et les conventions. Inspirée de l’iconique sac adopté par Grace Kelly, la montre s’amuse des codes et célèbre le temps avec espièglerie.

Hermès Kelly, Mini modèle, mouvement quartz, acier, 16 mm, 4 120 fr.



ROMAINE

L’année 2025 est à graver dans le marbre pour la collection Bvlgari Bvlgari. Elle fête ses 50 ans avec notamment cette pièce au cadran en marbre bleu ciel, baptisé «Azzuro Infinito». Sa silhouette fait écho aux colonnes du Panthéon et aux péristyles de l’architecture de Rome.

Bvlgari Bvlgari, mouvement quartz, or rose, 26 mm, étanche à 30 mètres, 13 500 fr



MARINE

Cette montre est animée par le plus petit calibre Master Chronometer jamais conçu. Son cadran en nacre, ponctué d’index inspirés des coques de bateau, lui donne une élégance naturelle. Une valeur sûre pour les amateurs de pièces au charme subtil.

Omega Seamaster Aqua Terra 150 M, mouvement automatique, acier, 30 mm, étanche à 150 mètres, 6 900 fr.



ROMANTIQUE

Place à la douceur avec ce cadran «Lavender», mat, chic et délicatement rétro. Certifiée Chronomètre Superlatif, la montre reste fidèle à la rigueur Rolex, tout en laissant parler sa part de légèreté. Pour la Carrie Bradshaw qui sommeille en chacune d’entre nous.

Rolex Oyster Perpetual, mouvement automatique, acier Oystersteel, 28 mm, étanche à 100 mètres, 5 400 fr.



L'alliance magique glisse et neige séduit les marques de luxe. Comme **Chanel**, qui ouvre une boutique pop-up à Gstaad pour le troisième hiver consécutif.

Haute attitude, skis aux pieds

LONGTEMPS SPORT POPULAIRE, LE SKI FAÇONNE **LE RÉCIT NATIONAL SUISSE**. UNE ÉTUDE UNIVERSITAIRE EN DÉTAILLE LES GRANDS COURANTS ET LES DÉLICIEUSES ANECDOTES, À UN MOMENT OÙ LES STATIONS ATTEIGNENT DES SOMMETS DE CHIC. VERTIGE DES ALTITUDES.

TEXTE RENATA LIBAL

SUR LE PYLÔNE d'un télé-siège, à Saint-Moritz, l'élégante bande rouge et le logo Prada annoncent la couleur: le ski n'est plus vraiment un sport, il est une attitude.

Depuis quelques saisons, les codes des sports de glisse ont pris un virage serré vers le luxe, avec une myriade de grands noms de la mode apposés soudain sur des tenues susceptibles de dévaler des pentes (ou siroter des cocktails sur les hauteurs): Coco Neige, Armani Neve, Prada, Louis Vuitton, Moncler... Du luxe comme s'il en neigeait. En liant le phénomène à l'explosion du nombre d'hôtels quatre ou cinq étoiles sur les sommets (235 en 2010; 305 en 2023, selon le quotidien *Blick*) et au renchérissement des abonnements à la journée, l'affaire est entendue: le ski, sport identitaire suisse, est en train de passer du statut de loisir populaire à un privilège élitaire.

Voilà pile le moment choisi par un trio d'historiens romands, tous spécialisés en sport et tourisme, pour publier une étude passionnante et au ton enlevé sur le rôle joué

par le ski dans la construction de l'identité nationale: «La civilisation du ski» (Ed. Savoir Suisse). Avec Laurent Tissot et Jean-Philippe Leresche, Grégory Quin, spécialisé depuis dix ans dans les sports de montagne, a compulsé archives et publications, arrivant à la conclusion que l'on pouvait réellement qualifier de «civilisationnel» le lien que le ski tissait au sein de la population suisse. «Ce sport représente un trait d'union extrêmement fort, explique le chercheur lausannois, car il rassemble tout le pays en une mémoire collective, que ce soit l'expérience personnelle de la glisse ou les émotions suscitées par des grands champions.» C'est donc sur les alpages enneigés de l'Oberland bernois, des Grisons et du Valais que s'est construite une certaine image que la Suisse s'est faite d'elle-même, au-delà des différences linguistiques, sociales ou politiques, avec ces valeurs de performance, de santé, de pureté, de liberté... et de confort au chalet, attachées à la «nation du ski». S'il fallait un apogée à cette civilisation, Grégory Quin le situerait dans les années 1970, à cette époque où vraiment toutes les classes filaient en camp de ski et que le pays entier vibrerait pour ces héros et rivaux qu'étaient Bernhard

Russi et Roland Collombin. «Et l'identité nationale tenait aussi à des détails symboliques, sourit encore Grégory Quin. Sur le domaine des Portes du Soleil, les pistes suisses étaient équipées d'archets, les françaises d'assiettes.»

Petites et grande histoires

Les grandes lignes de l'histoire du ski en Suisse sont bien connues, de l'influence des sportifs anglais en quête de nouvelles aventures dès les années 1860 à la démocratisation des vacances de neige dès la fin de la Seconde Guerre mondiale, puis à l'actuelle crise climatique qui remet en cause tant le modèle économique que la pertinence environnementale. Or, la grande force de ce petit livre de vulgarisation scientifique est de documenter des faits peu connus qui pimentent l'image d'ensemble. L'essai repose en effet sur un vaste travail collectif de quelque 24 auteurs, publié il y a deux ans: il synthétise et homogénéise cette somme. Et braque le projecteur sur des chiffres, des faits, des détails inédits. Qui sait, par exemple, que l'essor de l'hôtellerie d'altitude tient en partie à la ferveur religieuse (assortie d'un bon sens des affaires)? Un Anglais nommé Henry Lunn a en effet orga-



SOUS LA LOUPE

Co-écrite par trois historiens du tourisme et du sport – Grégory Quin, Laurent Tissot et Jean-Philippe Leresche –, cette analyse du rôle du ski dans l'identité suisse vient de paraître aux éditions universitaires Savoir Suisse.

nisé, dès la fin du XIX^e siècle, un véritable flux de touristes férus de spiritualité, en des camps œcuméniques dans l’inspirante blancheur des Alpes. L’entrepreneur du tourisme et de l’âme voulait du très haut de gamme dans des paysages immaculés. Il a été jusqu’à investir dans des hôtels et des infrastructures sportives, de sorte que sa clientèle aristocratique a par moments occupé jusqu’à la moitié des établissements de stations naissantes. Dans la foulée de cette immersion dans la pureté des hauteurs, Saint-Moritz a été la première à publier, au début des années 1930, un premier plan des «champs de neige» accessibles à skis.

Et les canons à neige, dont on parle tant aujourd’hui? Le tout premier d’Europe a été installé en 1964... au Chalet-à-Gobet, dans les hauts de Lausanne, à 862 mètres d’altitude. Des générations de Lausannois se souviennent encore avoir appris à skier là, sur un talut de moins de 200 mètres de long, remontant la pente grâce à un câble tournant en boucle, surnommé arrache-mitaines.

Quelle découverte a-t-elle le plus surpris Grégory Quin au cours de ses recherches? «Sans doute l’ampleur de la rentabilité économique, sourit l’historien. Nous avons vraiment essayé de chiffrer le phénomène, de ne pas nous en tenir à la construction de l’imaginaire. Or, il s’est vite avéré que le mythe blanc était payant: la montagne a toujours été plus fréquentée en été qu’en hiver, les sportifs suisses ont davantage récolté de médailles aux Jeux d’été qu’à ceux d’hiver, mais le tourisme d’hiver est vraiment beaucoup plus rentable. Jusqu’à trois fois.» Et de citer le petit-mini-itsi-bitsi téléski derrière l’hôtel Suvretta de Saint-Moritz, à la fin des années 1930, dont le bilan économique s’élevait alors à 200 000 francs, soit... le double de la fédération internationale de football de l’époque. Or, le ski n’a pas encore livré tous ses secrets: il semble qu’il reste encore des dizaines de mètres linéaires d’archives à déchiffrer, auprès des stations de ski. ☺



À TOUTE ALLURE

1909 Le début du siècle dernier voit surgir une intense promotion des sports d’hiver en Suisse, en soutien aussi aux nombreux hôtels d’altitude qui osent ouvrir durant la saison froide. On vante les attraits de sommets si purs... et de technologie qui permet de les rallier.

1970 Les héros du ski suisse (ici Bernhard Russi) portent l’honneur national sur leur dossard. Les écoles interrompent parfois les cours du samedi matin pour suivre les courses.

1979 L’après-guerre marque le passage du ski à un loisir de masse, qui attire jusqu’aux familles. Le film mythique «Les bronzés font du ski» (1979) entérine cette culture sportive joyeuse et tapageuse.

2024 Depuis le début du XXI^e siècle, la montagne, de moins en moins enneigée, se diversifie en une «festivalisation» des pistes. On enfille les skis pour se rendre sur les terrasses et faire la fête, avec DJ et soleil.



1970



1979



2024



L'aventure du ski en images, sur notre site.

be inspired

Davidoff
CIGARETTES



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



Kristina Thaden dans son atelier, entourée de plusieurs sacs The Whole, sa toute première création.

ROLE MODELE

KRISTINA THADEN DESSINE
DES SACS À MAIN-SCULPTURES,
REMARQUÉS JUSQUE DANS LA
SÉRIE À SUCCÈS «EMILY IN PARIS».

PROPOS RECUEILLIS PAR **KRISTIN MUELLER** IMAGES **FÉLIX VERICEL**

POUR REPRENDRE LES PROPRES MOTS de Kristina Thaden: le lancement de sa marque de sacs à main a été aussi inattendu qu'inévitable. Inattendu d'abord, car rien dans son parcours professionnel ne le laissait présager. Originaire de Cologne, elle a étudié le théâtre et la mise en scène, est montée sur scène, a écrit des pièces et fondé une troupe de théâtre. Un métier aussi beau que peu rémunérateur, comme elle le raconte en souriant. Elle a d'abord financé sa passion comme porte-parole, puis en tant que cheffe d'équipe dans le domaine des études de marché et enfin directrice adjointe d'une entreprise de construction en Suisse. «J'avais une équipe formidable de huit femmes âgées de 23 à 60 ans, j'ai pu introduire le congé maternité, vivre pleinement l'émancipation des femmes...» Mais il lui manquait quelque chose.

Inévitable, car la créativité trouve toujours un moyen de s'exprimer. «Dès mon plus jeune âge, je savais que je percevais le monde différemment de mon entourage, raconte Kristina Thaden. L'art, l'architecture, le design, mais aussi les scènes de rue, les gens, les odeurs – tout m'inspirait.» Vint le jour où elle décide de suivre sa passion et de miser pleinement sur sa créativité.

Lorsqu'elle fonde sa marque, Thaden, en 2020, Kristina ne sait pas encore grand-chose de la fabrication de sacs, et elle ne peut imaginer tous les défis auxquels elle va devoir faire face. Comme souvent, le chemin vers le succès est semé d'embûches. Mais Kristina Thaden persévère, jusqu'à la consécration... Mais commençons par le début.

Kristina Thaden, d'où vous est venue l'idée de créer des sacs à main?

Je ne saurais vraiment dire pourquoi j'ai choisi les sacs. J'ai toujours dessiné des sculptures et des formes, juste comme ça, pendant mon temps libre. Et un jour, j'ai regardé l'un de ces dessins et je me suis dit: «Et si j'en faisais un sac à main?» C'est ainsi qu'est né The Whole, mon tout premier modèle, entièrement plissé.

Cela signifie que vous n'aviez ni expertise ni réseau lorsque vous avez fondé Thaden, en 2020?

C'est précisément là qu'a résidé mon plus grand défi. J'ai écrit à plusieurs manufactures, réussi à décrocher des rendez-vous... Si on m'a ouvert les portes, c'est parce qu'il y avait peu de travail en raison de la pandémie de coronavirus et que les fabricants trouvaient le design intéressant.

Comment réagissent-ils alors à votre idée de sac?

Presque tout le monde était prêt à relever le défi. Mais tous ont clairement indiqué que mon design était justement cela: un défi. L'un des messieurs rencontrés m'a dit, et je m'en souviens très bien: «C'est la Ferrari des sacs à main! Mais je n'ai aucune idée de la manière dont on peut réaliser cela techniquement.» Et cela a été comme ça tout le temps: impossible, impossible, impossible!

«Changez le design», me disaient-ils tous. Mais ce n'était pas une option pour moi.

Cela semble frustrant...

J'ai souvent pleuré – ou crié, selon les cas – sur mon volant. Puis vint le jour où l'un des fabricants de cuir me dit incidemment que je devais rencontrer Luigi. Je suis allée voir le Luigi en question, qui avait alors 89 ans. Il a jeté un coup d'œil à mon design, a hoché la tête et dit: «Ce sera mon dernier grand défi.» Un an plus tard, après de nombreux rebondissements, de petits succès et de gros revers, il était là: The Whole était posé sur son bureau. J'étais profondément émue – il était encore plus beau que je ne l'avais imaginé.

Vos sacs The Whole et The Little Rocket ont été vus dans la quatrième saison de la série Netflix «Emily in Paris». Cela a dû donner un sacré coup de pouce à vos ventes.

Et comment! Nous avons en effet été complètement en rupture de stock pendant des mois, il ne me restait que quelques échantillons avant l'arrivée des nouvelles livraisons en mai.

Comment réussit-on à se faire une place au bras d'Emily Cooper et de Mindy Chen?

Nous avons très tôt réussi à convaincre la responsable des achats de Harrods, à Londres, de s'intéresser à Thaden. Cependant, le grand magasin applique un concept strict de *shop-in-shop*, ce qui est tout simplement hors de portée financière pour une petite marque comme la nôtre. Mais voilà, un an plus tard, je recevais un appel: Harrods prévoyait une exposition exclusive sur invitation et souhaitait exposer mes sacs aux côtés de ceux de Schiaparelli, Delvaux et Moynat. Seuls les clients réalisant un chiffre d'affaires minimum de 100 000 livres sterling par an étaient invités à cet événement très exclusif. Bien sûr, j'ai accepté avec enthousiasme! Cet événement a valu à Thaden une grande couverture médiatique internationale. C'est ainsi que le département costumes d'«Emily in Paris» a remarqué notre marque.

Saviez-vous que vous figuriez sur leur liste?

Mon directeur commercial à Paris a été contacté pour une sélection de sacs que nous devions envoyer sur le plateau. Ensuite, nous n'avons plus eu de nouvelles pendant des mois. Puis, nous avons enfin reçu des nouvelles: trois des sacs avaient été retenus. Je n'arrivais pas à y croire! Et la réaction a été incroyable. En plus de la presse classique, il y a plein de sites web qui ne font que décortiquer tous les looks présentés dans la série. Tout à coup, tout le monde parlait de Thaden.

La saison 5 est diffusée dès ce 18 décembre. On peut demander...?

Je dirai juste qu'on est toujours en contact!



SAC À VALEURS

À GAUCHE Kristina Thaden aime travailler seule, en tout cas dans un premier temps. «Je suis convaincue de ce que je fais», avoue-t-elle simplement.

À DROITE Le modèle The Little Rocket, sculptural. Mais la créatrice souhaite à l’avenir aussi réaliser des modèles plus simples, comme des cabas.

Quelle est l’importance de ce genre de placements de produits?

Avant «Emily in Paris», Thaden était principalement présent en Europe. La série a apporté une nouvelle dimension internationale. Aujourd’hui, nous avons des clients au Moyen-Orient, en Asie et aux Etats-Unis. Et l’attention des médias, notamment ici en Suisse, a changé du jour au lendemain.

C’est comme si la série avait légitimé Thaden en tant que marque sérieuse. Cela ouvre certainement des portes.

Oui, nous travaillons actuellement sur une collaboration avec une grande marque internationale de bijoux et de perles, et nous sommes également en pourparlers avec Mercedes-Benz. Nous prévoyons également des pop-ups et des showrooms à Dubaï, à New York et Miami... En parallèle, je travaille bien sûr sur de nouveaux produits.

Vos créations de sacs sont exceptionnelles et facilement reconnaissables. Quelle est la pression pour répondre à cette exigence d’originalité?

Bien sûr, il faut rester fidèle à son ADN, mais on ne peut pas ignorer complètement le fonctionnement et les besoins du marché. Mes nouveaux designs restent très sculpturaux. Mais à l’avenir, j’aimerais aussi proposer des sacs plus simples, comme un cabas classique, et des produits d’entrée de gamme tels que des porte-cartes, des portefeuilles ou des ceintures. Grâce au succès commercial d’«Emily in Paris», beaucoup de choses sont devenues possibles. En même temps, je suis consciente que le monde n’a pas besoin de nouvelles marques de sacs à main, mais peut-être de plus de marques avec des valeurs claires et un objectif global.

Et quel est votre objectif global?

Je souhaite utiliser Thaden pour créer un réseau qui relie et rend visibles les voix des femmes. Nous avons organisé des déjeuners pour les femmes entrepreneurs, à Genève et à New York, nous planifions actuellement une campagne dans le domaine de la finance féminine en collaboration avec une banque privée suisse et nous lancerons bientôt notre propre podcast. Mon objectif est de permettre la création de relations significatives entre personnes partageant les mêmes idées. D’où le titre provisoire: Thaden Soul Models – et non Role Models. Un sac Thaden ne doit pas seulement être un sac, mais un objet qui me permet de rendre visible ma personnalité aux multiples facettes et de m’épanouir.

Le terme «épanouissement» correspond parfaitement au design de votre sac The Whole.

Sa forme s’inspire du concept du *ma* dans la philosophie japonaise: l’espace entre les choses. L’omission contient également un message. Elle aussi est l’expression de la personnalité, c’est l’espace que je peux prendre pour m’impliquer. Avec Thaden, je souhaite rassembler les gens et leur offrir précisément cet espace – l’espace pour se montrer.

Quel aspect de votre travail vous décourage le plus souvent?

Sans aucun doute la production!

A l’avenir, j’aimerais aussi proposer des sacs plus simples, comme un cabas classique

... Et Luigi?

(Rires) Non, non, je crois qu’il a pris sa retraite entre-temps. Nous avons délocalisé la production de The Whole en Roumanie il y a quelque temps.

Comme certaines marques de luxe.

Exactement, des marques très connues y produisent. Beaucoup d’entre nous ont une image complètement faussée de la Roumanie. Nous avons inscrit «Fièrement fabriqué en Roumanie» sur l’étiquette de nos sacs, car nous sommes transparents et fiers de nos partenaires. J’ai examiné plusieurs entreprises et j’en ai trouvé une qui correspond parfaitement à Thaden, dirigée par une femme depuis plus de trente ans. Après toutes ces négociations avec des hommes alpha italiens, travailler avec elle est un vrai bonheur!

Ce n’était pas le cas en Italie?

En Italie, il règne une certaine assurance, une conviction: «Nous sommes les meilleurs!» J’ai souvent été rabrouée. Je ne suis pas une experte dans ce domaine et je ne l’ai jamais caché. Lorsque je n’étais pas satisfaite d’un résultat, on me répondait souvent que cela ne pouvait pas être fait autrement. A l’époque, je ne pouvais pas vraiment répliquer. Sans connaissances spécialisées, on se trouve dans une position difficile lors des négociations. Aujourd’hui, j’ai atteint un niveau technique tel que je peux dire comment le sac doit être fabriqué. Il était extrêmement important pour moi d’en arriver là.

Y a-t-il une femme à qui vous associez vos sacs?

Au début, il y en avait une : Amal Clooney, qui possède d’ailleurs deux de mes sacs. Aujourd’hui, je vois les choses différemment. Récemment, à Saint-Moritz, une dame âgée aux cheveux gris courts et vêtue d’une tenue Jack Wolfskin a acheté un de mes sacs, et cela m’a semblé tout à fait normal. La femme Thaden n’existe pas. Le fait que mes clientes soient principalement un peu plus âgées est davantage lié au prix des sacs. Il faut pouvoir se les offrir.

Et grâce à Emily et Mindy, beaucoup de très jeunes femmes en rêvent désormais!

J’ai l’impression d’avoir longtemps poussé un énorme rocher en haut d’une montagne escarpée. Grâce à la série, il s’est mis à rouler. Il s’agit maintenant d’investir dans les bons réseaux et de laisser le temps nous montrer jusqu’où nous mènera ce voyage. ☺

A portrait of Marco Odermatt, a professional skier, smiling and wearing black Ray-Ban Meta glasses. He is wearing a dark jacket over a white t-shirt. The background is a blurred indoor setting with warm lighting and shelves.

VISILAB

La confiance prend tout son sens

**Ce qui me guide ?
La confiance et l'excellence.
Et pour ma vision,
je choisis Visilab.**

Marco Odermatt

Quadruple vainqueur du classement général
de la Coupe du monde de ski alpin

Marco Odermatt porte des **LUNETTES RAY-BAN META.**

SUBLIME SMOKING

ÉTERNELLEMENT ÉLÉGANT, LE COSTUME DU SOIR
– FORCÉMENT NOIR – S'ÉMANCIPE DE L'ESPRIT
CLASSIQUE. À LUI L'HUMOUR ET L'EXTRAVAGANCE!

IMAGES BENOIT PEVERELLI STYLISME SIMON PYLYSER





SUR CETTE PAGE Costume en laine et chemisier en soie, **Elie Saab**. **PAGE DE GAUCHE** Costume en satin, **Paul Smith**. Chemise en coton biologique, **Karl Lagerfeld**. Chaussures en cuir de chèvre, **Dior**. Collier Agrafe, or rose et diamants, **Cartier**. Montre Santos-Dumont Squelette micro-rotor, grand modèle (31 x 435 mm), or rose, mouvement mécanique automatique, étanche à 30 m., **Cartier**.



SUR CETTE PAGE Blazer métallisé en laine, **Karl Lagerfeld**. Chemise en coton, **Dries Van Noten**. Bague Géométrie & Contrastes, or jaune, or blanc, onyx et diamants, bague Trinity for Chitose Abe Of Sacai, or blanc, or jaune et or rose, bague Panthère, or blanc, onyx, émeraudes et diamants, bague (deux doigts) Sixième Sens, or blanc, émeraude, cristal, onyx et diamants, le tout **Cartier**. Montre Panthère de Cartier, or jaune et diamants, petit modèle, **Cartier**. **PAGE DE DROITE** Veste et jupe en soie et chaussures en cuir de chèvre, **Dior**.





DIRECTION ARTISTIQUE Géraldine Dura
PRODUCTION Endrit Nurcaj **COIFFURE** Massa Yahiro
MAQUILLAGE Ania Grzeszczuk
MODÈLE Elisa Havlikova (Elite Model)

**CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ
EN PARTENARIAT AVEC CARTIER**



SUR CETTE PAGE Top et pantalon La Donna en laine et soie, gants longs en cuir, **Brioni**. Boucle d'oreille (utilisée comme broche) Géométrie & Contrastes, or jaune, or blanc, onyx et diamants, broche Panthère, or blanc, émeraudes (yeux), onyx et diamants, broche Grain de Café, or jaune et diamants, broche Grain de Café, or jaune, or blanc et diamants, le tout **Cartier**. Montre Baignoire, petit modèle, or jaune, nacre et diamants, **Cartier**. **PAGE DE GAUCHE** Veste ajustée en laine, jupe Godet maxi en twill de laine et escarpins Avenue After en cuir, **Balenciaga**.

Quartier des icônes

IL Y A LES MONTRES QUI PASSENT,
D'AUTRES QUI INSPIRENT. CELLES
DONT LE DESIGN ET **LE CHARISME**
TRAVERSENT LES ÉPOQUES.
RECETTE D'UN TOUR DE MAGIE.

TEXTE LA RÉDACTION

LA SCÈNE a quelque chose d'inattendu. En ce samedi après-midi de novembre, alors que la jeune femme des pages précédentes se fait immortaliser place Vendôme, trois copines – baskets aux pieds, jean large, veste oversize – s'arrêtent net devant le numéro 23, les yeux brillants. Ici, pas de temple du streetwear ni d'adresse virale sur TikTok. Juste les pavés lustrés, les berlines qui filent vers le Ritz et l'ombre majestueuse de la colonne Vendôme. Les amies ne regardent ni les colliers ni les diamants. Ce qui les hypnotise, derrière la vitrine Cartier, c'est une montre: la Baignoire. Petite, dorée, irrésistible. Une icône vintage devenue objet de désir pour une génération qui lit l'heure sur son smartphone.

À quoi reconnaît-on une icône? À son design, à son audace, à sa capacité à traverser le temps sans jamais se démoder. Cartier le sait mieux que personne. Depuis plus d'un siècle, la maison maîtrise cet art rare: créer des montres qui deviennent des symboles, puis les réinventer sans les trahir.

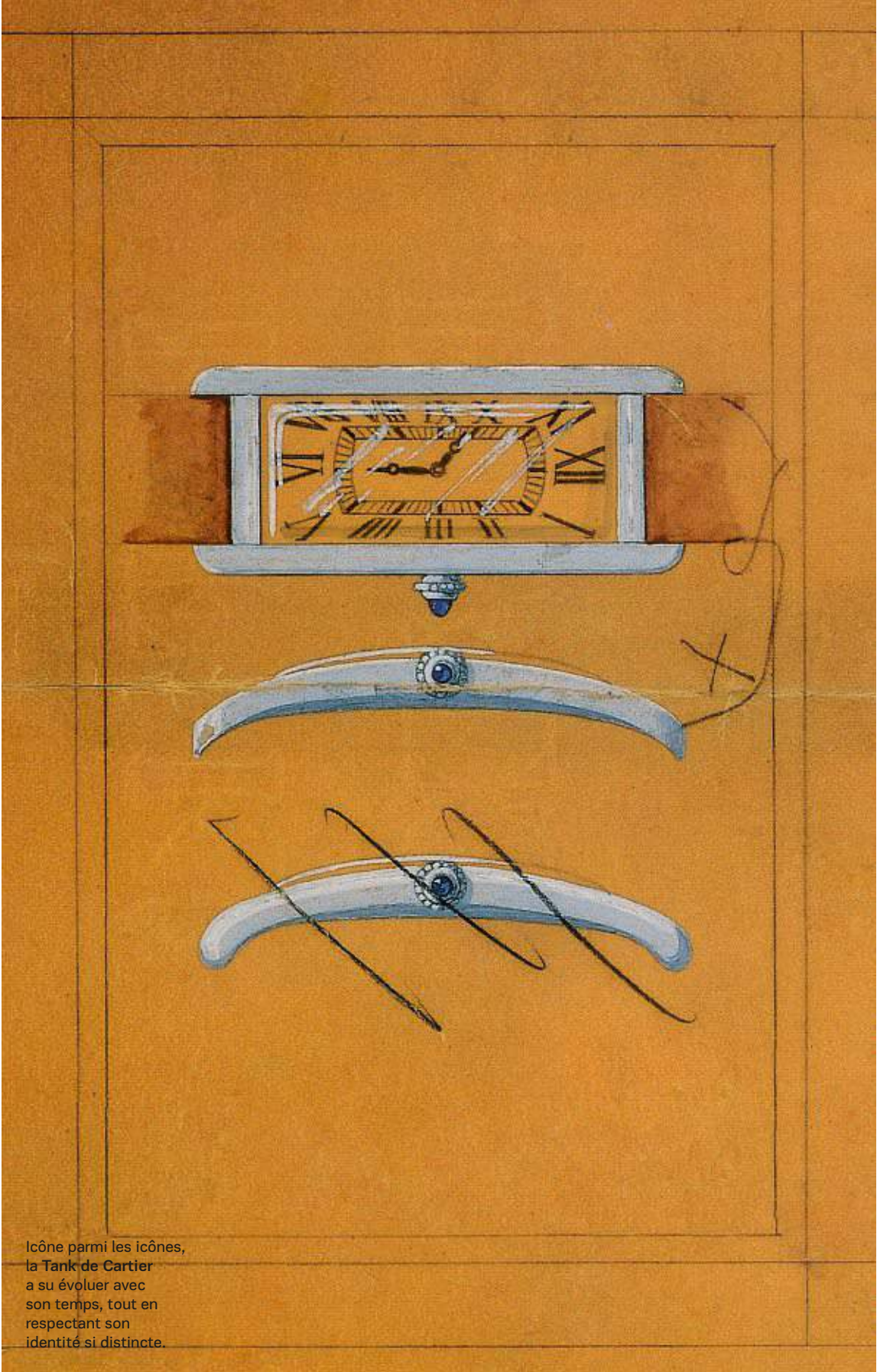
Tout commence en 1904 avec la Santos, née d'une demande d'Alberto Santos-Dumont, pionnier de l'aviation. Le pilote voulait lire l'heure en vol, sans lâcher les commandes. Louis Cartier dessine alors un boîtier carré, une audace absolue dans un monde de montres rondes. Les vis apparentes, la géométrie stricte, les cornes intégrées: tout respire la modernité et l'amour du progrès. La Santos n'est pas seulement une montre, c'est une révolution. Quelques années plus tard, à la fin des années 1910, Cartier ose une forme totalement nouvelle: la Baignoire. Ni ronde, ni ovale, mais tout en courbes. Une ellipse sensuelle qui épouse le poignet et semble avoir été dessinée d'un seul trait. Zéro fioriture. Juste des chiffres romains étirés, un chemin de fer ovale, et la touche Cartier: un cabochon bleu sur la couronne. C'est une montre qui ne cherche pas à plaire, elle séduit malgré elle. Dans les années 1960, Catherine Deneuve et Romy Schneider l'adoptent – elle est toujours aussi sensuelle. En 1912, encore une innovation: la Tortue s'impose, tout en rondeurs maîtrisées. Son boîtier tonneau et ses lignes asymétriques s'adressent à ceux qui refusent la symétrie trop sage. Puis en 1917, la Tank achève de sceller la légende Cartier. Inspirée des chars de la Première Guerre mondiale, elle traduit la puissance mécanique en pure géométrie: des brancards parallèles, une rigueur absolue, une élégance sans bavure. Jackie Kennedy ou Alain Delon l'adopteront, plus tard, tour à tour.

Chacun de ces modèles fonctionne comme une signature, immédiatement reconnaissable. Mais le véritable tour de force de Cartier n'est pas tant d'avoir créé ces icônes, c'est de les avoir fait durer, mieux encore: de les avoir fait revenir. La maison sait comment redonner envie sans céder à la tendance.

Réinterprétations, tailles miniatures, matériaux nouveaux: les pièces se renouvellent sans perdre leur âme. La Tank, par exemple, ne s'est jamais figée. Elle s'est déclinée en Cintrée, Basculante, Américaine, Française, Normale, autant de variations autour d'un même idéal: l'équilibre parfait. La Tortue, elle, est réapparue en 2024 dans une version monopoussoir élégante, fidèle à son esprit d'origine mais plus fine, plus nerveuse, plus contemporaine. Quant à la Baignoire, Cartier l'a récemment montée sur un bracelet jonc, un bijou-bulle, pensé pour les poignets modernes, ultradésirable, à mi-chemin entre talisman et montre. On peut voir l'absolue contemporanéité de ces modèles sur le poignet de notre mannequin – ils semblent avoir été dessinés hier, tout en existant depuis toujours.

Ce jeu d'équilibre entre héritage et air du temps est la marque de fabrique de Cartier. Mais quelle est la recette de ce tour de magie? Les codes visuels restent intacts: chiffres romains, aiguilles bleues, chemin de fer, cabochon saphir, mais à chaque période, ils s'adaptent à des proportions et des usages nouveaux. Résultat: un catalogue qui parle à tous, des néophytes aux collectionneurs. Autre atout majeur: la polyvalence. L'acier et le quartz côtoient la haute horlogerie, les montres-bijoux séduisent autant que les complications mécaniques. Cartier ne capitalise pas sur le passé: il construit l'avenir sur ses bases.

Porter une Cartier, en effet, c'est bien davantage que lire l'heure. C'est arborer un fragment d'histoire, un morceau d'élégance d'une époque révolue mais fondatrice. Une montre Cartier ne prend pas de rides, au contraire. Au sein de la génération Z, la part de la maison parisienne dans les achats totaux est ainsi passée de 1,7% à 6,8% en sept ans. C'est dire si la magie opère. 🕒



icône parmi les icônes,
la Tank de Cartier
a su évoluer avec
son temps, tout en
respectant son
identité si distincte.



LA TANK TRACE SON SILLON

En 1917, Louis Cartier esquisse une montre au design fort, géométrique, avant-gardiste. La Tank impose un nouveau langage du temps, des lignes pures, un dessin rationnel. Cinq ans plus tard, la guerre bien finie, il en affine la silhouette. Le boîtier s'étire, les brancards s'adoucissent: la Tank Louis Cartier voit le jour. Aujourd'hui, l'icône se réinvente encore. Sous son apparente sobriété, elle abrite pour la première fois un mouvement de manufacture à remontage automatique (1899 MC), intégré sans trahir l'équilibre originel. Une prouesse technique, déclinée en or jaune et en or rose. Celle qui n'a jamais cherché à séduire poursuit sa route avec style. Andy Warhol en résumait l'esprit mieux que quiconque en 1973: «Je ne porte pas une montre Tank pour avoir l'heure. Je la porte parce que c'est la montre qu'il faut porter.»

Cartier Tank Louis Cartier, grand modèle, or rose, mouvement automatique, étanche à 30 m.

TON MAGAZINE LIFESTYLE TOUJOURS AVEC TOI



MODE ● AVENTURE ● BEAUTÉ ● DESIGN ● VOYAGES

www.encore-mag.ch





Veste Guide Pro, sans PFC, issu de ressources renouvelables, membrane Ultrashell, balise Recco, **Cimalp**. Pull à col roulé Collective Voices, 100% polyester recyclé, **Odlo X Pow**. Gants Astro Glove, **Mammut** (magasin Bächli). Skis Dancer 79, collection en édition limitée, **Faction X Nespresso**.

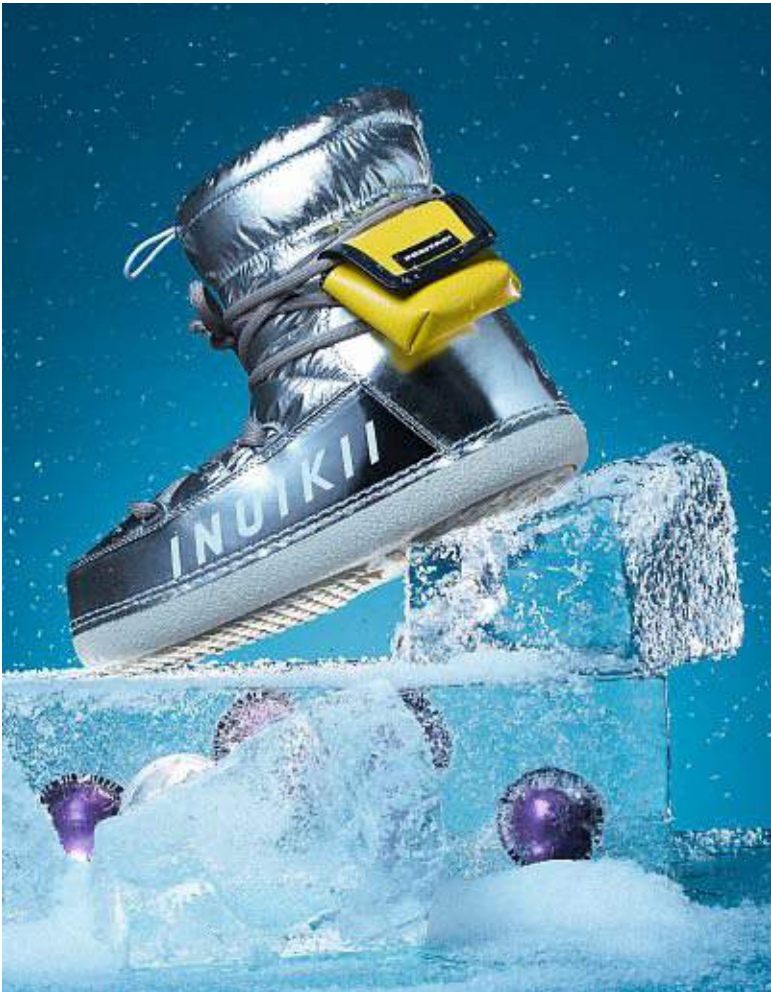
LA MONTAGNE
VERSANT PROPRE

LES MARQUES DE PLEIN AIR SUISSSES PRIVILÉGIENT
LA DURABILITÉ. PURETÉ SUR LES CÎMES.

IMAGES CALYPSO MAHIEU **STYLISME** ALYSSIA FARAD



Lunettes The Ranger, impression 3D, **Viu**. Veste polaire Mérinos, 100% laine mérinos brossée, **Mover**. Pantalons R1 Free Mountain Tech Pants, sans PFC, 53% de matériaux recyclés, **Radys**. Sac F272 Eddie, bâches de camion et PET recyclé, **Freitag**.



Bottes Mountain Metallic Silver, **Inuikii**. Porte-clé F213 Messenger, **Freitag**. Capsules de café Vertuo Altissio, **Nespresso**.



Chaussures après-ski, collection en édition limitée, **Faction X Nespresso**. Mug de voyage, **Nespresso**.



Gilet Swisswool Léger, tissu 100% coton bio ripstop, isolation en alpaga, **Mover**. Pull Heavy Merino Zipneck, 100% laine mérinos, **Mover**. Gants Nordwand Pro Glove, Gore-Tex Grip, PrimaLoft, **Mammut** (magasin Bächli). Bâtons de ski, collection en édition limitée, aluminium recyclé, **Faction X Nespresso**.

GRAND AIR et neiges immaculées... Ce terrain d'exploration privilégié incite les équipementiers à une production attentionnée. Les marques suisses qui fournissent les aventuriers empruntent souvent des pistes industrielles alternatives, avec un respect tout particulier de l'environnement dans lequel les sportifs évoluent: utilisation de matières recyclées, coton bio, réparation des vêtements, énergie renouvelable, soutien à des initiatives de régénération de la nature. Le ton a certainement été donné par la mythique entreprise californienne Patagonia. Fondée en 1973 par le grimpeur invétéré et hippie dans l'âme Yvon Chouinard, la marque a d'emblée tenu à protéger les montagnes qui ont inspiré son nom, évoluant, au fil des décennies, vers l'activisme passionné, avant de transférer, en 2022, l'entier de son capital à des trusts engagés contre la crise climatique.

L'exemple est inspirant pour tout le secteur, forcément sensible à la fragilité des paysages affectionnés. En Suisse, Mammut, la petite fabrique de cordes de Dintikon fondée en 1862, est devenue un mammoth international, sans rien perdre de son rapport privilégié à la montagne, révisant sans cesse ses matériaux et processus de production. Le suisse-norvégien Odlo travaille beaucoup sur la gestion des déchets, tandis que Mover, sous l'impulsion de son fondateur, Nicolas Rochat,

milite sans relâche pour des vêtements sans nulle trace de plastique. Et l'autre bonne nouvelle? Toutes ces tenues, tous ces accessoires responsables sont sauvagement beaux. ☺

L'INITIATIVE SECOND LIFE

Voilà des capsules de café qui vont vivre d'intenses accélérations! Dans le cadre de sa collaboration avec Faction, un collectif basé à Verbier, Nespresso a fourni l'aluminium issu de 22 capsules de café recyclées, transformé pour fabriquer une partie des skis. Leur élégant violet s'inspire des capsules Altissio (Vertuo) et du classique Arpeggio. Idem pour le bâton de ski en alu recyclé, dont 27 % proviennent de capsules usagées. Depuis sa création en 1986, Nespresso n'a cessé d'encourager et faciliter le recyclage auprès des amateurs de café. Depuis plusieurs années, l'initiative *Second Life* symbolise cette démarche, à travers des collaborations avec des marques suisses (et internationales) aux valeurs analogues, comme cela a été le cas avec les stylos Caran d'Ache, les montres Hublot ou Victorinox. Faction, certifié B Corp, tout comme Nespresso, donne dans le ski et les films à adrénaline. Et comme il n'y a pas que l'effort dans la vie, la collaboration Faction X Nespresso comprend une paire de chaussures après-ski moelleuses, qui contiennent chacune 15% de marc de café recyclé.



Bracelet Rose des Vents, or jaune et rose, diamants et pierres ornementales, 7600 fr., **Dior**.



Médaille Symboles, réversible, or jaune, diamants et jade noir (verso or et diamant), 27 950 fr., **Chanel**.



Bague Happy Diamonds Icons, or rose éthique et diamant, 2060 fr., **Chopard**.



Pendentif Tiffany Knot, or rose, env. 1800 fr., **Tiffany & Co.**



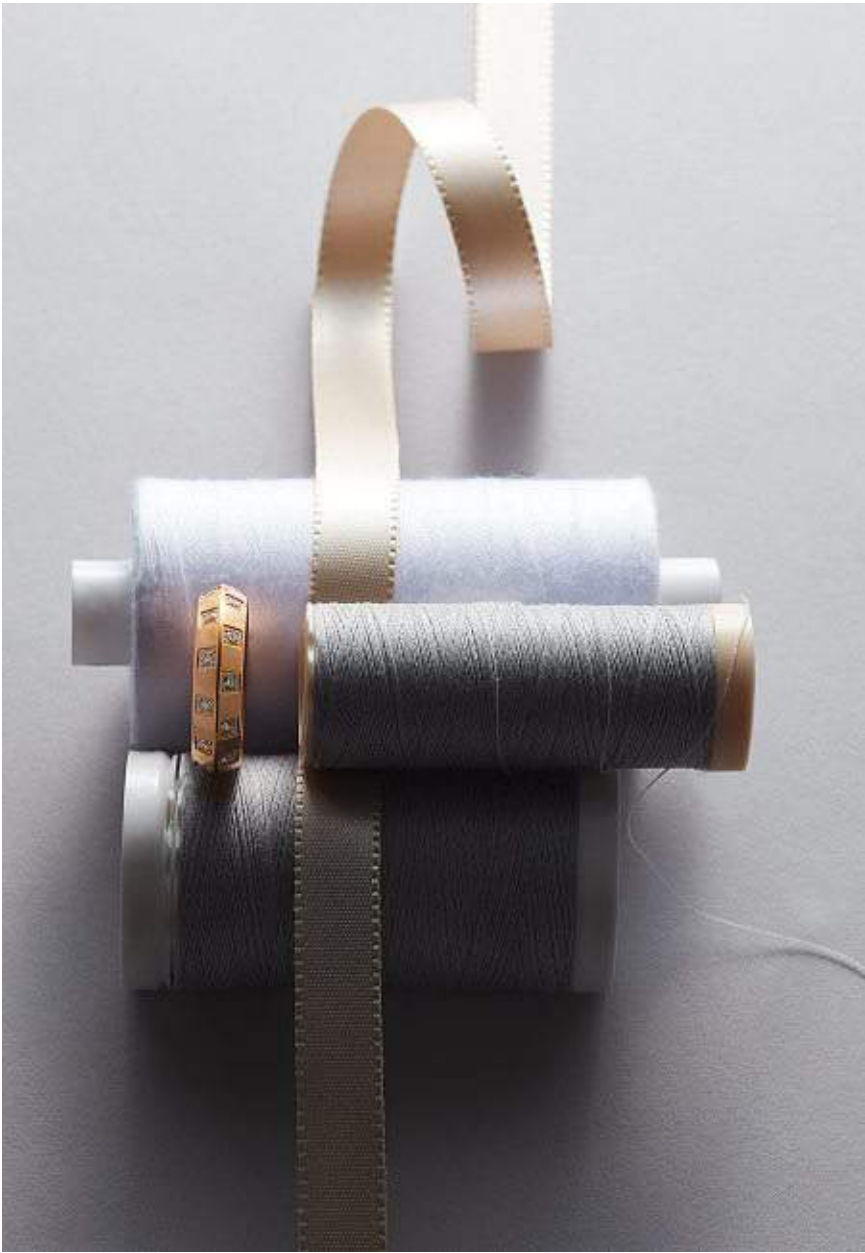
Bracelet Possession Decor Palace, or rose et diamant, 2120 fr., **Piaget**.



Bague Flowerlace, or jaune et diamants, 11 700 fr., **Van Cleef & Arpels**.



Bague réversible Pom Pom Dot, or rose et douze diamants (recto), turquoise (verso), 4850 fr., **Pomellato**.



Bague moyenne Le Damier de Louis Vuitton, or rose et diamants, env. 7000 fr., **Louis Vuitton**.

OFFERTS PAR AMOUR OU PAR TENDRESSE,
CES PETITS BIJOUX INTIMES SONT AUTANT
DE **PORTE-BONHEUR** QUI LIENT LES CŒURS.

IMAGES MARIE FLORES **STYLISME** SIMON PYLYSER, ENDRIT NURCAJ

ÉVASION



L'Amanjena a été l'un des premiers **hôtels de luxe** à Marrakech. Il fête cette année son 25^e anniversaire.

10

ADRESSES MAGIQUES À MARRAKECH

GOURMANDS, SOMPTUEUX,
ORIGINAUX, CES LIEUX SONT
AUTANT DE PREUVES QUE LA
VILLE EST EN MUTATION.

TEXTE **TINA BREMER**



1 Amanjena

Oasis de luxe aux portes de la ville

Le lieu Les hôtels Aman sont connus pour leur rôle de pionniers dans l'ouverture d'établissements dans des lieux encore méconnus. C'était le cas ici: conçu par Ed Tuttle, l'Amanjena a été l'un des premiers hôtels de luxe à Marrakech. Il fête cette année son 25^e anniversaire et s'est offert pour l'occasion plusieurs cadeaux: un nouveau restaurant italien, Arva, une salle de sport flambant neuve avec un espace yoga et une rénovation en douceur des pavillons. Ici, on ne dort pas dans de simples chambres, la plupart des suites disposent même de leur piscine.

Le highlight Situé à environ 15 minutes de Marrakech, l'hôtel est une oasis de calme et l'endroit idéal pour se détendre après une journée animée dans la médina. Au programme, à choix: farniente au bord de la grande piscine ou apéritif au bord du bassin datant du XII^e siècle. Pendant la journée, les palmiers et les bâtiments roses environnants se reflètent dans l'eau, tandis que le soir, des bougies éclairent les chemins, pour une ambiance magique.

aman.com/resorts/amanjena

2 Farmers

Petits plats kilomètre zéro

Le lieu Le magazine *Time* a classé le Farmers parmi les «World's Greatest Places 2025». Ce restaurant situé dans le quartier branché de Gueliz n'a ouvert ses portes qu'en septembre 2024, mais il fait déjà partie des lieux préférés des autochtones. On y mange dans des assiettes en céramique faites à la main, assis à des tables en noyer, avec les peintures de l'artiste Sarah Edwards aux murs. Le chef marocain Driss Aloui est un autodidacte. Lui et son équipe travaillent dans la cuisine ouverte de ce restaurant-quintessence du concept «farm-to-table», situé dans un beau bâtiment Art déco. L'arcade abrite également l'excellent Blue Ribbon Café.

Le highlight Le propriétaire, Aziz Nahas, originaire de Casablanca, était banquier avant de se lancer dans la scène gastronomique de Marrakech, avec des aliments durables provenant tous de sa ferme en permaculture, Sanctuary Slimane, située à la périphérie de la ville.

farmersmarrakech.com

3 Petanque Social Club

Pour les cool kids

Le lieu Ce nouveau lieu se trouve également à Gueliz. Derrière ce très branché Petanque Social Club se cache le restaurateur Kamal Laftimi. L'homme a déjà créé des lieux cultes de la médina, comme Le Jardin, le Café des Epices et le Nomad. Le PSC – pour les intimes – se cache loin de l'agitation touristique: Gueliz, c'est l'ancien quartier français, aujourd'hui principalement fréquenté par les locaux qui viennent boire et manger dans les bars et restaurants à la mode. Dans les années 1930, cet ancien cinéma Art déco abritait un club de pétanque, auquel on a voulu rendre hommage. A l'intérieur, sols en terrazzo, meubles vintage, rideaux en velours et lustres en cristal. De l'extérieur, rien ne laisse deviner cette opulence, aucun panneau n'indiquant l'établissement!

Le highlight Aussi variées et intéressantes que soient les différentes salles, c'est surtout la cour intérieure enchantée, éclairée le soir par des centaines de bougies, qui attire les noctambules comme les lève-tôt.

pscmarrakech.com



4 Musée YSL

Temple de la haute couture

Le lieu Ce musée est une déclaration d'amour au couturier français. À l'origine, Yves Saint Laurent et son partenaire Pierre Bergé voulaient simplement passer un mois à Marrakech, en 1966, mais ils sont tombés éperdument amoureux de la ville et y ont acheté une maison. Refuge et source d'inspiration, le créateur y a dessiné bon nombre de ses collections. Après sa mort, Pierre Bergé a mis sur pied ce musée afin d'honorer ses dessins et ses créations. Depuis l'automne 2017, l'institution présente une partie importante des pièces de la fondation Bergé-Saint Laurent, qui comprend plus de 500 vêtements et 15 000 accessoires de haute couture. Le bâtiment a été conçu par le cabinet d'architectes français Studio KO et jouxte le célèbre Jardin Majorelle.

Le highlight Bien sûr, l'exposition permanente consacrée au légendaire créateur de mode français est au centre de l'attention, mais l'exposition temporaire actuelle, consacrée au travail du photographe David Seidner, à l'origine de nombreuses campagnes pour la maison de luxe parisienne, vaut le détour.

museeyslmarakech.com

5 V. Barkowski

Plongée dans de beaux draps

Le lieu Le slow shopping est le credo de ce concept store situé dans la médina, où les textiles d'intérieur haut de gamme occupent une place importante. Il se trouve juste à côté du légendaire temple de la décoration intérieure, Maison Blaoui. La propriétaire, Valérie Barkowski, est arrivée au Maroc en 1996. Cette créatrice d'origine belge dirige également une maison d'hôtes, et son magasin dans la vieille ville est un lieu de rencontre pour les architectes et les designers du monde entier. Elle a également conçu une ligne de meubles pour les Galeries Lafayette à Paris.

Le highlight Valérie Barkowski est une véritable citoyenne du monde. Pendant de nombreuses années, elle a voyagé à travers le globe, animée par sa curiosité pour les cultures étrangères. Ce qu'elle a rapporté de ses voyages? Beaucoup d'inspiration, pour concevoir nappes, linge de lit et serviettes, notamment. Sa visite chez les femmes berbères au nord du Maroc, dans les montagnes du Rif, lui a donné l'idée de décorer nombre de ses produits avec des broderies. Bien sûr, les pompons typiques ne manquent pas à l'appel.

valeriebarkowski.shop/en

6 Villa Aaron

Voyage gourmand dans le temps

Le lieu L'ancienne résidence familiale datant de 1936 a ouvert ses portes à tous depuis l'année dernière. Le restaurant se distingue non seulement par son excellente cuisine fusion, mais aussi par son cadre somptueux: mosaïques florales, abat-jours à franges, meubles anciens... Chaque pièce a été aménagée avec un grand souci du détail. La visite est une expérience inoubliable, que ce soit pour le déjeuner, lorsque le soleil brille dans la cour intérieure, ou pour le dîner, lorsque le patio est baigné d'une lumière douce. Aux fourneaux, Luisma Naranjo combine des plats méditerranéens avec des influences marocaines, comme la betterave rôtie avec du labneh de chèvre et du dukkah aux fruits secs. Des concerts live ou des DJ sets y sont régulièrement organisés.

Le highlight Les lieux sont chargés d'histoire, et celle-ci est particulièrement belle: après avoir racheté l'ancienne maison de Baba Aaron Amzallag, le groupe Amazoz a contacté sa petite-fille, Jordana, qui a fait le voyage depuis la Californie, et l'a aidé à restaurer le caractère original de la maison.

villa-aaron.com



7 Tipi

Les artisans en pleine action

Le lieu Ce concept store est situé dans le quartier industriel de Sidi Ghanem (voir l'encadré ci-dessous). Il n'est certes pas nécessaire de se rendre à Marrakech pour découvrir les produits présentés ici, car il existe également une boutique Tipi à Bordeaux. Mais c'est bien à Marrakech que tout a démarré: l'ensemble des vêtements, chaussures et bijoux qui y sont vendus sont conçus et fabriqués sur place. Le showroom de 200 mètres carrés expose également des meubles et des tapis hautement addictifs. Les créations présentent toutes des éléments traditionnels marocains, mais avec une touche moderne. De nombreux pantalons, jupes ou chemisiers sont des pièces uniques.

Le highlight Le showroom se trouve au rez-de-chaussée, mais cela vaut la peine de jeter un œil à l'étage: une grande baie vitrée permet d'observer les employés en train de coudre, de couper et de broder. L'artisanat local, comme partout à Marrakech, y est célébré avec panache.

tipi-bijoux.fr

8 +61

Parenthèse australienne

Le lieu On pourrait dire qu'elle est une véritable touche-à-tout: avant de s'installer à Marrakech, l'Australienne Cassandra Karinsky a travaillé comme consultante en restauration à Sydney, New York et Chicago. Au Maroc, elle a d'abord créé une marque de caftans et a travaillé comme *personal shopper* et styliste pour des maisons et des appartements. Aujourd'hui, elle est non seulement propriétaire de la marque d'articles pour la maison Kuchi, mais elle dirige également, avec Sebastian de Gzell, copropriétaire du Nomad, le restaurant très apprécié +61, à Gueliz, nommé d'après l'indicatif téléphonique de l'Australie. Le design minimaliste contraste visuellement avec les nombreuses couleurs de la médina. Les plats sont aussi appétissants que la décoration est aérée: salades, pâtes, poisson, tout est frais, la carte change constamment, en fonction des ingrédients du jour.

Le highlight On aimerait suspendre chez soi les magnifiques lampes en laiton du designer local Kader Oudainia.

plus61.com

9 Boutique 170

Le royaume du caftan

Le lieu Les magnifiques robes, pantalons et chemisiers de la propriétaire, Barbara – la marque qui porte son nom s'appelle Barbara Marrakech et a été créée en 2013 – sont également vendus dans le concept store culte 33, rue Majorelle. Il y a un an, la créatrice de mode belgo-marocaine a ouvert sa propre boutique, où elle présente également une sélection d'œuvres d'art, de bijoux et de parfums, tous inspirés de son enfance. Mais ce sont surtout les caftans en soie qui font le bonheur des amateurs. Ces modèles oversize, colorés et élégants, peuvent être portés aussi bien en journée qu'en soirée. Tous les vêtements sont fabriqués au Maroc.

Le highlight Un genre de col Mao relevé est caractéristique des robes et des chemisiers maison. Il s'agit d'un col montant étroit, qui longe le cou comme une fine bande de tissu, inspiré du costume traditionnel chinois Mao. Il est également appelé col mandarin ou col officier.

170 Rue Bab Doukkala, Marrakech,
Instagram @barbaramarrakech



A l'approche de la Coupe du monde 2030, un **vent de renouveau** souffle partout, notamment à Marrakech.

Sidi Ghanem,

un quartier en pleine mutation

Avec l'Espagne et le Portugal, le Maroc est l'un des trois principaux pays hôtes de la Coupe du monde masculine de la FIFA 2030. C'est la première fois que l'événement footballistique aura lieu en Afrique du Nord. Et le pays se prépare déjà pour cette première. Alors que de nouveaux stades sont en cours de construction, un vent de renouveau souffle partout, notamment à Marrakech. La ville se pare déjà de ses plus beaux atours, avec notamment d'importants investissements dans les infrastructures. De nouvelles routes sont construites, des hôtels et des riads voient le jour. Le changement est particulièrement perceptible dans le quartier de Sidi Ghanem, au nord de Marrakech. Ce quartier industriel est situé à environ cinq kilomètres du centre-ville. Autrefois, on accédait aux grands hangars industriels par des chemins poussiéreux. Depuis peu, les routes sont asphaltées. Comme les distances entre les différentes adresses peuvent parfois être longues, il vaut la peine d'engager un chauffeur pour une demi-journée ou une journée entière afin de découvrir les showrooms, les magasins de design, les galeries et les concept stores tels que LRNCE Studio (la propriétaire, Laurence, vient de lancer une collection avec la marque australienne branchée Alémais), Chabi Chic ou Shkoon. Au fil du temps, Sidi Ghanem s'est imposé comme le quartier du design, attirant les architectes d'intérieur et constituant un véritable paradis pour ceux qui cherchent l'inspiration pour leur propre maison. Contrairement à la médina, tous les prix sont fixes et il est également possible de payer par carte de crédit. La plupart des magasins expédient leurs



marchandises en Europe. Même si le quartier se développe, l'ambiance reste encore très industrielle, mais les premiers établissements où l'on peut faire une pause commencent lentement à s'installer. Par exemple, l'élégante Hesperis Coffee Factory (photo). Son propriétaire, Karim Ramzi, est photographe de mode et a donc l'œil pour l'esthétique. Après avoir passé plusieurs années à Paris, il est retourné dans son pays natal pour ouvrir l'un des rares établissements spécialisés dans les cafés de spécialité. Ou encore le restaurant Jajjah, où règne une ambiance joyeuse et colorée.

10 L'Mida

Fusion food avec vue

Le lieu Avant toute chose, un avertissement: sans réservation, pratiquement aucune chance d'entrer dans ce restaurant très prisé. C'est l'un des endroits préférés des habitants comme des touristes, situé au cœur de la médina. Les deux amis Omar et Simo l'ont fondé afin de créer un lieu chic mais décontracté au cœur de la vieille ville. Le nom du restaurant signifie simplement «table» en dialecte marocain darija. Il y en a trente dans ce restaurant à deux étages qui sert d'excellents plats fusion marocains. Le tajine d'agneau est le plat le plus vendu, accompagné d'un des nombreux mocktails, car L'Mida ne sert pas d'alcool.

Le highlight Aucun doute, le point fort est indéniablement la terrasse végétalisée sur le toit, qui ressemble à une petite jungle. Il s'agit de l'une des plus panoramiques de Marrakech, d'où l'on peut avoir une vue imprenable sur la médina. Au loin se dressent les montagnes de l'Atlas, majestueuses. La visite est particulièrement agréable lorsque le soleil se couche lentement et que tout baigne alors dans une douce lumière rose.

lmidamarrakech.com

Comme à l'hôtel

DU LUXE HÔTELIER À NOS INTÉRIEURS, **LES SLIPPERS** SE PROFILENT COMME L'ACCESSOIRE CHIC À OFFRIR.

TEXTE ENDRIT NURCAJ

MAGINEZ LE SUMMUM DU LUXE: vivre à l'hôtel. Les draps fraîchement repassés, les serviettes moelleuses, le petit-déjeuner au lit... et, bien sûr, cette paire de chaussons tout neufs, douce promesse de confort absolu. Longtemps cantonnés aux suites cinq étoiles, les slippers s'invitent aujourd'hui dans nos intérieurs comme symbole d'un art de vivre raffiné et décontracté.

De marque en marque, le concept reste le même: pas de révolution dans la forme ou la fonction, juste une attention renouvelée aux détails. Les matières se font plus nobles: cuir de veau, intérieur en cachemire ou en fourrure, les couleurs se font plus subtiles, les lignes plus épurées. Certaines paires se parent même d'une petite pochette en cuir, parfaite pour les plier et les glisser dans la poche de pyjama ou dans le sac de voyage. Pour les nomades élégants, les slippers deviennent un rituel de confort à emporter partout. Dans un train, une chambre d'hôtel ou une location de week-end, ils transforment n'importe quel lieu en cocon familial. C'est le plaisir égoïste par excellence.

Troquer les sneakers contre une paire de chaussons douilletts, pour s'offrir un instant suspendu où le confort pour soi devient luxe ultime: de l'hôtel à la maison, les slippers s'imposent comme une bonne manière de rendre l'ordinaire extraordinaire. Chics, discrètes et furieusement désirables, voici une belle idée à glisser sous le sapin. ☺



Chaussons en cuir de veau, 675 fr., **Balenciaga**



Chaussons en cuir brossé, 910 fr., **Prada**



Chaussons Palazzo, noir, avec étui de voyage, 1960 fr., **Bottega Veneta**



Chaussons en daim bleu, 438 fr., **Charvet**



Chaussons en daim vert foncé avec détail mors, 770 fr., **Gucci**



Chaussons en soie bleu, 705 fr., **JW Anderson**



Chaussons en cuir de chèvre suédé, 1307 fr., **Loro Piana**



Chaussons en daim brun, 740 fr., **Dior**



Chaussons en cuir nappa noir, 480 fr., **Church's**



Rouge à lèvres mat (97 pourpre figue), crayon de couleur pour les lèvres (64 rouge casaque), **Hermès**.

Amuse bouche

À L'APPROCHE DE NOËL, DES COLLECTIONS LIMITÉES ILLUMINENT LES LÈVRES DE **TEINTES GOURMANDES**.

TEXTE TINA BREMER IMAGE ANOUSH ABRAR

ELLES FORMENT le sourire, accentuent une moue, parfois trahissent les émotions les plus subtiles... Les lèvres ne servent pas seulement à former des sons, elles sont aussi un formidable moyen de communication silencieux. Aucune autre partie du corps ne permet d'exprimer autant d'émotions que la bouche. Si les yeux sont, comme le dit l'adage, «le miroir de l'âme», elle en est pour ainsi dire le haut-parleur.

Il n'est pas surprenant que Cléopâtre ait déjà mis ses lèvres en valeur avec de la peinture rouge, obtenue à partir de cochenilles broyées. En effet, dans l'Egypte ancienne, les lèvres colorées symbolisaient la prospérité. Mais depuis son lancement en grande pompe en 1883 à l'Exposition universelle d'Amsterdam, le rouge à lèvres s'est démocratisé. Mat ou brillant, en gloss ou en crayon, le choix s'est constamment élargi et les tendances vont et viennent à la vitesse des étoiles filantes. «La grande variété de couleurs, des plus vives aux plus neutres,

offre aux consommatrices plus de liberté pour exprimer leur humeur et leur personnalité à travers leurs lèvres», explique Claudia Jacob, maquilleuse nationale chez Mac Cosmetics.

Vive les collections de Noël!

Pendant la période de Noël, lorsque les branches de gui au-dessus des portes invitent aux baisers et que les galas se succèdent, les lèvres maquillées sont particulièrement au goût du jour. Mais les nombreux événements festifs ne sont pas la seule raison. «À l'approche de Noël, nous constatons une nette augmentation des ventes de rouge à lèvres, et ce n'est pas un hasard», explique Anthony Chasset, maquilleur international chez Guerlain. «Depuis que Guerlain a lancé sa première collection de Noël en 1962, celles-ci sont devenues une tradition très appréciée. Les clients attendent ces lancements avec impatience, car ils savent qu'ils découvriront de petits trésors ravissants dans chaque collection.» Des marques telles que Dior ou Chanel lancent également des collections de Noël en édition limitée, décorées de manière festive, ou scintillantes.

Aussi différentes soient-elles, elles s'accordent toutes sur la palette de couleurs: si le rouge vif est un indémodable, les teintes bordeaux et prune particulièrement profondes ainsi que le brun cacao et le rose *nude* sont actuellement très tendance, explique Claudia Jacob. Anthony Chasset le confirme, lui qui maquille actuellement les lèvres dans un look *soft blurred lips* dans le vent, avec des teintes douces de baies ou de brun rosé: «Après avoir appliqué un baume hydratant, j'estompe le contour des lèvres avec le correcteur Guerlain Terracotta. Ensuite, j'applique la couleur au centre des lèvres et je l'estompe avec les doigts vers l'extérieur jusqu'aux bords. Enfin, j'estompe doucement la couleur au niveau de l'arc de Cupidon. Pour plus d'intensité, on peut répéter l'opération autant de fois que souhaité.»

Le retour du gloss

Les gloss font également leur grand retour. «Les finis s'éloignent du look ultramat pour se tourner vers des textures davantage brillantes, nourrissantes et huileuses», explique l'expert en make-up. D'autant plus utile que les teintes foncées pardonnent moins les erreurs... Si la simple idée de gloss collant à outrance vous fait froid dans le dos, pas d'inquiétude! Les gloss 2.0 se caractérisent par leur texture agréable: «Ils sont aujourd'hui beaucoup plus nourrissants – et moins collants», rassure Claudia Jacob. Il n'y a donc aucune raison de se tenir à distance du stollen de Noël.

Mais quels que soient la teinte ou le look adoptés pour cette saison festive, c'est finalement Marilyn Monroe qui a le mieux résumé l'équation: «Un sourire est le plus beau maquillage qu'une fille puisse porter.» ☺



De gauche à droite: Rouge à lèvres Luxe, couleur Sweet Cherry, éd. limitée, 56 fr., **Bobbi Brown**. Rouge Allure Velvet, couleur Rouge Vie, éd. limitée, 62 fr., **Chanel**. Rouge à lèvres Iris van Herpen x Nars Explicit, couleur Blame, éd. limitée, env. 40 fr., **Nars**. Rouge G, couleur 306, étui Stellar, éd. limitée, 98 fr., **Guerlain**. Rouge Dior Sequin Liquid Duo, couleur Magic, étui doré en édition limitée, **Dior**. Lipglass Air, non-sticky gloss, Holiday collection, couleur Twinkle Taupe, éd. limitée, 31 fr., **Mac**.



Jean-Michel Othoniel

SES SCULPTURES, COMME DES COLLIERS DE VERRE GÉANTS, RESPIRENT LA JOIE. VISITE DANS L'ATELIER QUI ABRITE SA FONDATION.

PROPOS RECUEILLIS PAR RENATA LIBAL



TURQUOISE, SON ÉCHARPE lui éclaire le visage en ce matin gris. Décidément, Jean-Michel Othoniel sait jouer des couleurs et des effets de lumière. L'artiste ne cache pas son plaisir à faire visiter l'atelier de Montreuil, près de Paris, qu'il a investi il y a quatre ans et entièrement rénové. La belle structure industrielle du début du XX^e siècle est aussi un lieu de partage et d'ébullition créative (justement nommée La Solfatara, comme le volcan), puisqu'elle accueille non seulement les monumentales œuvres de verre de Jean-Michel Othoniel, mais aussi les céramiques et bronzes de son compagnon, l'artiste Johan Creten, ainsi que, via leur fondation, d'autres créateurs en résidence et de nombreuses visites d'écoliers. «Mon rapport à la beauté relève du politique, soutient le sculpteur qui travaille beaucoup dans l'espace public. Il est de notre responsabilité d'artistes de descendre dans la rue et d'y donner à voir de l'espoir. Les enfants qui passent doivent pouvoir se dire: «La vie, c'est peut-être aussi l'élégance et la poésie.»

Je vois au mur de magnifiques fleurs de la passion de verre!
Elles sont symboliques de la passion du Christ. J'adore les fleurs et j'ai d'ailleurs publié, il y a quelques années, un herbier des fleurs repérées sur les œuvres du Louvre. Ma préférée est **la pivoine (1)**, si émouvante à toutes les étapes de sa floraison.

Son nuancier est aussi subtil que celui des perles de vos œuvres...
Le verre est souvent teinté de poudre de pierres précieuses, comme l'améthyste ou **l'obsidienne (2)**. J'adore aussi la scintillance du mica, un minéral très prisé en verrerie.

Depuis l'été, vous avez investi Avignon, avec 260 œuvres!
Oui, elles jalonnent la ville, en dialogue avec les lieux historiques, comme cette **«porte des Navigateurs» (5)**, inspirée des croix votives. «Cosmos ou les fantômes de l'amour» (jusqu'au 4 janvier) est la plus ambitieuse de mes expositions. Le livre paraît ces jours.

Et votre œuvre la plus monumentale?
Je dirais la «Grande vague», **«Big Wave» (3)**, en briques de verre vertes aux reflets dorés, inspirée du tsunami au Japon. Il faut un mois pour la démonter, un autre pour la monter ailleurs. Ce travail est d'ailleurs vécu comme une performance publique.

Vous êtes originaire de Saint-Etienne, un souvenir dans cette ville?
J'y adore **le MAMC (4)**, le Musée d'art moderne et contemporain. C'est là qu'enfant, en visite scolaire les mercredis, j'ai réalisé que je voulais être artiste. Voilà sans doute pourquoi je crois tant à la transmission et que nous avons tenu à la Fondation Othoniel-Creten, pour donner leur chance à de jeunes talents.

Vous êtes artiste, pas souffleur de verre..
Effectivement! Je travaille avec des artisans extraordinaires, souvent en Inde ou, évidemment, à Murano. Mais pour les formes les plus extravagantes, mon plus précieux complice est le Bâlois **Matteo Gonet (6)**. ☺





DIOR

COLLECTION *LA ROSE DIOR*