



encore!

MODE

COSMÉTIQUE
LE POUVOIR
SECRET DE
LA ROSE

INTERVIEW
LES JOYAUX
CAVALIERS DE
PIERRE HARDY

ENTRE-SAISON
LE TRICOT
PREND
LE LARGE

SEPTEMBRE 2026

Le Matin
Dimanche





REACH FOR THE CROWN

L'AIR-KING

BUCHERER
1888



ROLEX

Hermès, à toute bride

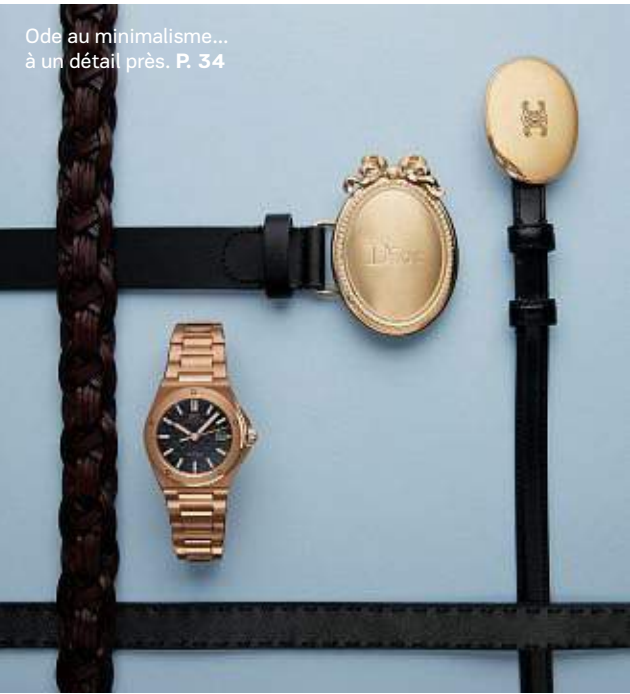




Pierre Hardy, à cheval entre les univers du beau. **P. 16**



En cosmétique, les secrets de la rose se dévoilent. **P. 36**



Ode au minimalisme... à un détail près. **P. 34**

MODE | SEPTEMBRE 2026

SUJETS

12 Swiss Made

Près de Berne, noisettes et cacahuètes sont traitées comme des reines

14 Saga

Du cours d'aérobic au podium, l'histoire très stretch du leggings

20 Tendances

Ces petits détails qui subliment la tenue

32 Montres et bijoux

L'alliance joyeuse et pleine de sens de l'or et de l'acier

38 Parfums

Framboise ou prune, les fruits de saison s'invitent dans les flacons

RUBRIQUES

6 Merveilles: email revisité, tapis en majesté, Turner miniaturisé... 10 Trend: le pas léger en «jazz shoe» 39 Ses goûts: le pilote de F1 Pierre Gasly a le bégain pour Milan



Pull zippé en laine, **Loewe**. Pantalon cinq poches en denim, **Brunello Cucinelli**. **P. 24.**



EN COUVERTURE

Pull en maille, **Kolor**. Short à ceinture en coton, **System**. Montre Radiomir Bronzo PAM00760, boîtier en bronze satiné 47 mm, mouvement mécanique à remontage manuel, calibre P.3000, **Panerai**.

Photo: Antoine Henault
Stylisme: Simon Pylser

Photo en haut à droite: Montre Ingenieur Automatic 40, or rouge, 40 mm, remontage automatique, **IWC Schaffhausen**. Ceinture en cuir tressé, **Brunello Cucinelli**. Ceinture Dior Médaille en cuir de veau lisse, **Dior**. Ceinture en cuir vieilli, **Prada**. Ceinture en cuir de taurillon, **Celine**.

Et bien! dansez, maintenant

RAREMENT A-T-ON CONNU UNE ÉPOQUE si peu dansante, dans l'histoire récente. Si notre civilisation, notre climat, nos désirs de paix partent en vrille, le moment semble mal choisi pour fêter la nuit en légères chorégraphies... Ou alors si, justement! Plutôt que de pleurer sur le pouvoir d'achat et les réseaux sociaux qui crachent catastrophe après catastrophe, autant s'offrir un cocktail bien chargé en endorphines, dopamine et sérotonine – nos cerveaux las ont cruellement besoin de cette chimie de la joie que le corps en mouvement sait déclencher. Voilà du moins ce que semble proposer le vestiaire de la rentrée, au travers d'une ribambelle de détails inspirés de la danse. La mode raconte l'urgence d'un pas chassé, d'un pas de côté. Et il faut toujours écouter la mode. Surtout quand



Renata Libal, rédactrice en chef

elle nous chuchote les courants profonds qui remuent les âmes. Ce qui commence, soyons pragmatiques, par les pieds: depuis quelques saisons, les ballerines sont de retour. Y a-t-il message plus clair? Et pour qui l'aurait ignoré, voici aussi la chaussure de jazz (*lire p. 10*). Il suffit de voir cette petite chose lacée en vitrine pour esquisser un boogie-woogie. On monte dans l'anatomie: le leggings (*lire p.14*)! Depuis qu'il s'acoquine avec les plus chics des tenues, il est possible de s'étirer les adducteurs pendant la pause café... Un peu plus haut? L'accessoire du moment est la ceinture de smoking (*p. 21*), en soie plissée, à porter avec strictement tout (sauf peut-être le smoking) et donner un air de grand bal à la moindre sortie. On va dire que ces signaux infimes invitent petits et grands de ce monde à redécouvrir les vertus de l'harmonie et des élans partagés. Pourquoi diable les puissants suivent-ils si peu la mode? ☹



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

encore! est un supplément du Matin Dimanche et de la SonntagsZeitung. Il ne peut être vendu séparément. Adresses: encore!, Tamedia Publications romandes SA, avenue de la Gare 33, case postale 615, 1001 Lausanne, encore! TX Group, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Editeur:** TX Group AG, Werdstrasse 21, Postfach, 8004 Zurich **Rédaction en chef:** Renata Libal **Édition:** Julien Ossola **Mise en pages:** Géraldine Dura (directrice artistique) **Image:** Endrit Nurcaj **Ont participé à ce numéro:** Textes: Mathilde Binetruy, Tina Bremer, Endrit Nurcaj, Simon Pylser, Julie Queloz **Photos:** Marie Flores, Antoine Henault, Marvin Zilm **Illustrations:** ?????? **Production alémanique:** Tina Bremer **Site internet:** Julie Queloz **Secrétariat:** Jérémy Le Menn **Photolithographie:** Photomedia **Impression et réalisation:** Fabs Schweiz AG, Zurich **Directeur/responsable du marché lecteurs:** Jessica Peppel-Schulz/Marc Isler **Publicité Print Suisse romande:** Tamedia Advertising SA, Philipp Mankowski, avenue de la Gare 33, 1001 Lausanne, tél. +41 44 248 42 30, annonces@tamedia.ch **Indication des participations importantes selon l'article 322 CPs:** 20 minuti Ticino SA in liquidazione, Actua Immobilier SA, AWI AG, CAC AG, CIL Centre d'Impression Lausanne SA, Doodle AG, Doodle Deutschland GmbH, Doodle USA, Inc., DZB Druckzentrum Bern AG, DZZ Druckzentrum Zurich AG, Edita SA, eisbach.media GmbH, Goldbach Audience AG, Goldbach Dooh (Germany) GmbH, Goldbach Group AG, Goldbach Media AG, Goldbach Neo OOH AG, Green Streams GmbH, Infotrak AG, Interpubli AG, JobCloud AG, JobCloud HR Tech GmbH, LZ Linth Zeitung AG, OFEX AG, Plakanda GmbH, Plakatron AG, Swiss Radioworld AG, Tamedia Abo Services AG, Tamedia Advertising AG, Tamedia Espase AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Thuner Anzeigenzeiger, TicinOnline SA, TVtäglich, TX Services d.o.o, Beograd-Novi Beograd, TX SERVICES, UNIPRESSOAL LDA, TX Ventures AG, Zattoo AG, Zattoo Deutschland GmbH, 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 plats d'Emaé se déclinent dans de nombreux **coloris joyeux**.

VAISSELLE

Email éternel

C'est la faute aux enfants. Quand la designeuse Nadia Studer devient mère d'un petit garçon, elle commence à s'intéresser davantage à ce qu'il y a dans son assiette. Littéralement: la composition des assiettes dédiées aux plus petits l'intrigue au plus haut point. Bioplastiques, bambou, silicone... Plein de belles promesses mais, au final, peu de durabilité... et des transferts d'odeurs. La voilà qui redécouvre alors les points forts d'une matière vieille comme Hérode ou presque: l'émail. Créé en recouvrant de l'acier de couches de verre en fusion puis cuit au four, ce procédé permet de fabriquer des pièces robustes, naturelles et totalement recyclables. La designeuse

crée alors la collection Mirari – des bols, des mugs et des carafes aux couleurs chatoyantes –, loin de l'image un brin surannée des pièces en émail de grand-maman, rangées bien sagement dans le vaisselier (la gamme aux couleurs tomate/pivoine!). Basée en Suisse, Nadia Studer et son studio Emaé font fabriquer les objets à la main, en Turquie. Façonnage, peinture, cuisson: chaque création est une pièce unique. Magique, même: un peu à la manière des nuages, on peut deviner dans ces motifs sinueux l'apparition de tant de formes de la vie quotidienne... *Julien Ossola*

Vaisselle en émail, collection Mirari, Emaé, dès 28 fr., [emae.studio](#)



RESTAURANT

Encas design

On sait que les labels de mode aiment s'investir dans la restauration, voici le tour des grandes maisons de design. En pionnière, l'élégante entreprise milanaise Poliform. Elle a ouvert, cet été, un espace d'exposition monumental sur la célèbre Piazza della Scala, flanqué d'un café qui glorifie le rituel de l'*aperitivo*. Les gourmets s'immergent là dans l'esthétique minimaliste mais hautement sensuelle de la marque. Au menu? Des cocktails, mais surtout les plats légers et ultrafrais du chef Michele De Liguoro. *R.L.* Poliform Café, ouvert lun-sam. 8-21h, Piazza della Scala, Milan



ACCESSOIRE

Manches et merveilles

Mon t-shirt est une fleur. Enfin... pas tout à fait encore, mais bientôt. A Zurich, le designer Yves Meier fait renaître ce vieux basique, qu'il soit vintage, de seconde main ou issu de fins de stock, en étonnantes broches en forme de pompon. Des dizaines de petites bandes de jersey, assemblées à la main, donnent naissance à une fleur textile aussi volumineuse qu'irrésistible. On peut lui confier un t-shirt aimé mais trop porté: il va le réinventer en accessoire. Une jolie façon de porter ses souvenirs... à la boutonnière. *E.N.*

Broche Flower Pompom, 75 fr., [yvesmeier.ch](#)



JARDIN

L'âme secrète des plantes

Son accord magique fétiche? Le trio lavande, romarin et immortelle... La photographe parisienne Juliette Agnel s'est immergée dans les secrets du jardin monastique du Rédempteur, à Venise, pour y saisir les puissances, les rythmes et les énergies invisibles. «J'ai d'abord demandé leur accord aux plantes, sourit-elle, Surtout à ce vieil olivier qui veille sur le lieu.» Les images qu'elle y expose – parfois prises de nuit – semblent surprendre le végétal dans son intimité et dialoguent merveilleusement avec leurs modèles bien enracinés. Le jardin en soi est un bonheur! Il vient de rouvrir au public, entièrement restauré, grâce aussi au patronage de la maison joaillière Van Cleef & Arpels, qui cultive ainsi son lien étroit avec la nature et le monde floral, éternelles sources d'inspiration. *R.L.*

Les jardins du couvent du Rédempteur, île de la Giudecca, Venise, Exposition «What the Garden whispers», jusqu'au 19 décembre.



Un diamètre de 19 mm et l'un des mouvements les plus petits au monde pour la **Blancpain Lady B**.

MONTRE

Bille entêtante

C'est une perle, c'est un jouet, c'est un talisman – que dis-je, c'est une montre! Mais quelle montre! La petite dernière de la maison Blancpain casse joyeusement les codes en proposant une bille minuscule (19 mm) qui glisse sur son fin ruban de cuir et incite ainsi à jouer avec le temps qui file. L'effet euphorisant est instantané. Or la Blancpain Lady B, qui fait partie de la collection Ladybird, ne se contente pas d'être mignonne. Elle est aussi un bijou de miniaturisation horlogère: le calibre 615 qui l'anime est l'un des plus petits mouvement ronds au monde. A ceux qui s'étonneraient de voir la maison à adrénaline et montres de plongée explorer ainsi la délicatesse, les historiens



La nouvelle Blancpain Lady B – B comme bullet, B comme Betty – s'inspire d'un modèle miniature de la maison datant de 1956.

répondent par un prénom: Betty. Dès 1933 en effet, après le décès du dernier membre de la famille Blancpain, Betty Fiechter, ancienne apprentie, a repris la compagnie, la dirigeant avec doigté durant les bouleversements de l'époque. Des photos jaunies la montrent, foulard sur la tête, très jet-set, en bateau à moteur sur le Léman dans l'après-guerre. C'est elle qui, en 1956, a voulu une minimontre ronde, la plus petite au monde, l'ancêtre de l'actuelle. Elle a ainsi initié une tradition de miniaturisation mécanique, jamais démentie depuis 70 ans. *Renata Libal*

Blancpain Lady B, mouvement mécanique, en acier ou or jaune, six couleurs de bracelet à choix, dès 9500 fr.

HÔTEL

De cristal et de soie



Zurich est considéré comme l'un des hauts lieux bancaires du monde. Pourtant, la ville doit historiquement son essor au commerce de la soie. L'un des derniers vestiges de cette époque? le Florhof, un ancien atelier de soierie, situé à la lisière du Niederdorf. Mentionnée pour la première fois en 1447, cette demeure patricienne a accueilli des marchands, des drapiers puis des personnalités telles que Günter Grass, Henri Cartier-Bresson ou Christopher Lee. Après trois ans de rénovations, la Villa Florhof, premier hôtel Lalique de Suisse, a ouvert ses portes dans ce bâtiment classé monument historique. L'ADN de la manufacture de cristal est étroitement tissé dans l'élégant design signé Green & Mingarelli: partout dans l'établissement, des luminaires Lalique indiquent le chemin, des vases sont savamment disposés et les verres de la maison tintent avec élégance. La brasserie ravit d'ores et déjà les papilles des clients, et le restaurant Signature devrait ouvrir ses portes à la fin de l'automne. *Tina Bremer*

Villa Florhof, réseau Relais & Châteaux, Zurich, chambre double dès 720 fr., villaflorhof.com



BEAUTÉ

Pourpre aux joues

Prince chantait «Purple Rain»... Chez Prada Beauty, cette nuance se dépose avec délicatesse sur le visage. Ce baume onctueux au fini velouté colore joues et lèvres, pour un rendu lumineux. *T.B.*

Touch Cream-to-Powder Color, Prada Beauty, 48 fr.



A cheval sur la qualité artisanale: le modèle de **sac Ai**, du label Akris.

MODE

À tout crin

Qui a visité l’atelier d’Albert Kriemler, l’âme créative du si beau label suisse Akris, le sait: l’inspiration vient du bout des doigts, en touchant ces matières dont on taille les rêves vestimentaires. Les murs sont en effet recouverts de croquis... et surtout d’échantillons d’étoffes. Or, le matériau qui incarne le mieux l’approche très architecturale, très radicale de la marque est certainement le crin de cheval. Traditionnellement utilisé par les tailleurs pour renforcer épaules et revers des costumes, il s’est, en 2009 chez Akris, échappé des doublures pour s’afficher en accessoires, notamment le fameux sac Ai.

C’est que la marque venait d’acquérir un atelier artisanal en Allemagne, un des derniers capables de tisser les longs poils de la crinière et de la queue, sur des métiers du XIX^e siècle. Le processus est ainsi maîtrisé, des plaines de Mongolie à la toile finie (si solide, si légère...), en passant par la teinture minutieuse, possible sur toison grise uniquement. Mais quel lustre au résultat! Divers accessoires sont réalisés, à la main, sur demande et, cette saison, Akris propose même cette prouesse artisanale en une jupe étroite... ourlée de longues franges. *Renata Libal*
Sac Ai, Akris, en cuir et crin, dès 2390 fr.



COSMÉTIQUE

Double Trouble

Et hop! En un tournemain, on passe du rose pâle à un jaune vif curieusement addictif. Le nouveau duo de baumes Chanel dédouble le plaisir: une teinte pour réveiller les joues et les lèvres, l’autre pour accrocher joliment la lumière. A utiliser séparément ou en duo, l’objet joue les doubles jeux. Pour les plus discrets, il existe aussi dans des teintes plus sages. Mais cet automne, osons la couleur! *J.Q*

Stick multi-usage Duo de baumes Intense Glow, en édition limitée, 70 fr., *Chanel*



ACCESSOIRE

Sommets en vue

Toujours plus haut, toujours plus clair! Après leurs lunettes de soleil fabriquées localement, dans les Alpes, le duo formé du skieur Arnaud Cottet et du snowboarder Benoît Goncerut consolide la marque romande Glacier Optics avec une première collection de montures optiques, en titane léger. Là aussi: inspiration minérale des altitudes et artisans de proximité. *R.L.*

Monture Solina, bordeaux, *Glacier Optics*, prix recommandé 495 fr.

INTELLIGENCE ARTISANALE



Voir grand, peindre petit

PAR ENDRIT NURCAJ

Septante heures pour 2 centimètres carrés. A l’échelle d’un tableau, c’est presque rien. A l’échelle d’une montre, c’est un monde. A l’heure où l’intelligence et la création artificielles occupent toutes les têtes, prenons le train direction la vallée de Joux. Là, à la manufacture de l’horloger Jaeger-LeCoultre, sept émailleurs font naître un univers à la seule force du regard et de la main.

Dans l’atelier, le silence est étonnant. Chacun travaille devant une reproduction agrandie du «Pont des Soupîrs, le Palais des Doges et la Douane», peint par William Turner en 1833. Sous le binoculaire, quelques millimètres d’émail. Il faut voir grand pour peindre petit. Pour miniaturiser ce Turner, il ne suffisait pas de peindre la lumière. Il a d’abord fallu déposer un minuscule paillon d’argent sur la surface, pour faire naître, sous les couches de couleurs, les reflets de l’eau. Les pigments, mélangés à de l’huile de pin, sont ensuite déposés, détail après détail, avec un pinceau dont il ne reste parfois qu’un seul poil. Le souffle est régulier. Avec les années de pratique, les crispations et les tremblements se dissipent. Et lorsque la main vacille, l’autre vient la soutenir. Le geste paraît minuscule, mais le corps entier

y participe. Quel pouvoir que celui du calme... Entre deux couches, la pièce passe par le feu: environ 800 °C, parfois moins d’une minute. La matière est alors confiée à cette force que l’émailleur ne contrôle plus.

Pour jauger le résultat, chacun garde ses petites palettes d’essai, mémoire des couleurs et des surprises de la matière. L’enjeu n’est pas de reproduire Turner mécaniquement, mais de traduire sa lumière dans un autre langage: celui de l’émail et du feu. En bas à droite de son œuvre, chaque émailleur appose une empreinte personnelle, un motif végétal qu’il a choisi: une feuille de chêne, de hêtre... Cette signature discrète relève presque du code secret, comme un clin d’œil entre initiés. Après septante heures émerge une peinture que peu de regards verront. Pourtant, sur ces 2 centimètres carrés vibre une création qu’aucune machine ne peut entièrement apprendre: regarder, sentir, gratter, corriger, recommencer. Cette intelligence là ne se transmet pas seulement par les mots, mais par l’expérience, la patience et la main ... jusqu’à finir par habiter le geste.

Jaeger-LeCoultre, Reverso Tribute Enamel Turner «Bridge of Sighs, Ducal Palace & Custom-House», dix pièces.



Collection Courrèges
haute couture automne-
hiver 1972-1973, photo-
graphiée par **Peter Knapp**.

EXPO

Le corps autrement

La beauté des images, naturellement! Leur pureté. Cette légèreté aussi, dans la manière de fléchir les corps, les membres, les idées – comme si rien n’était impossible. L’exposition en cours dans l’arrière-pays niçois, au sein de cette merveilleuse Fondation Maeght qui promeut le meilleur de l’art contemporain dès les années 1960, se pose en cure de jouvence pour les yeux contemporains. Les visiteurs y découvrent une rétrospective des images de mode que le photographe suisse Peter Knapp a réalisées avec les collections Courrèges. Flash-back: en 1965, André Courrèges propose pour la première fois une silhouette très architecturale: lignes droites, jupes courtes, formes et couleurs élémentaires. Une vision futuriste de la féminité, aussitôt baptisée «Bombe Courrèges». Peter Knapp travaille alors à Paris, pour le magazine «Elle», aux côtés de la mythique Hélène Lazareff. Quand les journalistes mode reviennent du défilé, raconte le

photographe, elles sont tellement bouleversées qu’il est décidé de libérer dix pages de l’hebdomadaire pour montrer la révolution sociale en marche. Peter Knapp a 95 ans aujourd’hui, il vit entre Paris et les Grisons, s’adonne essentiellement à la peinture et au collage. De passage à la Biennale de Venise, il se souvient, par téléphone: «J’ai photographié en une nuit. En noir et blanc: nous avions retardé le bouclage et il ne restait plus le temps pour la photogravure.» Résultat: l’une des plus fortes, des plus radicales, des plus visionnaires séries de mode du XX^e siècle. «Clairement, celle qui a lancé ma carrière internationale!» sourit Peter Knapp, lié d’amitié ensuite avec Courrèges. Ces photos racontent aussi une merveilleuse foi en l’avenir et dans le pouvoir de la création. *Renata Libal*

Fondation Maeght, Saint-Paul-de-Vence,
«Peter Knapp: le temps Courrèges»,
jusqu’au 8 novembre.

TOP 5

Cinq soins à tester au sein de ces adresses bien-être



1 Le soin avec des formules fraîchement préparées sur place, accompagné d'une séance LED, chez **Home of Duolab**, à Genève.

2 Un instant dépayçant, loin du brouhaha de la ville, pour un soin avec masque de collagène signé **La Maison Valmont**, au Bongénie de Lausanne.

3 Un soin Cryo Hydratant ultra-frais pour un effet bonne mine, avant un saut dans le bassin illuminé du **Six Senses**, à Crans-Montana.

4 Un massage vital Ki, pour tonifier et clarifier tout le corps, au **Spa Seijaku**, au sein de l'Hôtel des Trois Rois, à Bâle. Parenthèse japonaise.

5 Le rituel Skin Barrier & Microbiome Recovery, afin de régénérer la barrière cutanée, à la toute nouvelle **House of Niance**, à Zurich. *J.Q./T.B.*

DESIGN

Joliment carrossée

Une toupie, mais surtout une messagère... Le petit objet amène le sourire aux lèvres, tout en rappelant le logo et la couleur du crossover Mazda CX-6e, 100% électrique. L’étudiante en design Vanessa Shababzadeh a imaginé ce joujou joli dans le cadre d’un atelier collaboratif entre l’ECAL et Mazda, axé sur la relation émotionnelle avec le client. Envie de cette toupie élégamment carrossée? Il faudra acheter la voiture qui va avec... *R.L.*



APÉRITIF

Gare à la vague rouge



La recette est connue: 3-2-1. Trois volumes de prosecco, deux volumes de liqueur amère, un volume d’eau gazeuse. Alors pourquoi, nom d’un verre à pied, tous les spritz flattent-ils différemment les papilles? Les camps sont partagés entre deux options gustatives: douceur relative de l’Aperol, amertume revendiquée pour Campari. Sans compter toutes les variations créatives... Or, depuis que le groupe Campari a racheté Aperol en 2003, il a transformé l’apéritif de Vénétie en phénomène mondial, le nombre de verres consommés annuellement dépassant celui des flûtes de champagne – plus de 5 millions en Suisse seulement. Vive la saveur des vacances et des couchers de soleil! Pour simplifier la vie des amoureux de rouge fluo – et lutter contre les concurrents qui tentent de surfer sur la vague –, une version du cocktail prémélangé vient de sortir sur le marché. Une rondelle d’orange et hop: goût exact garanti! *R.L.*

Campari Spritz Ready to serve, carton de trois bouteilles de 17,5 cl, 13 fr. 90.



Chaussure Ballet en cuir d'agneau, introduite par Michael Rider pour la maison **Celine**.

All that jazz

RÊVE RÉCURRENT: se lever de sa chaise de bureau en pleine réunion, pousser la porte et rejoindre une chorégraphie digne de *La La Land*. Embouteillages, klaxons, passants qui s'improvisent partenaires de danse. Et nous voilà, entraînés par un *pam pam pam* imaginaire, à glisser entre les voitures comme Emma Stone et Ryan Gosling, avec l'ambition de danser plutôt que de terminer sa fiche Excel. C'est peut-être ce fantasme de l'employé de bureau que les *jazz shoes* réveillent cette saison. Leur nom vient évidemment du jazz, musique née à la Nouvelle-Orléans à la fin du XIX^e siècle. Pour accompagner leurs pas chassés, les danseurs ont adopté des chaussures souples,



The Jazz Slipper, **Jamy Haller**



Le modèle Zizi, **Repetto**

légères et près du pied, capables de pivoter, de glisser et de suivre le rythme. L'allure est familière: un peu derby, un peu ballerine, un peu écolier. Mais sous cette allure sage se cache une vraie envie de mouvement. La marque Repetto en avait fait une icône en 1970 avec la Zizi, créée pour la danseuse Zizi Jeanmaire. Serge Gainsbourg en fera son soulier fétiche. Aujourd'hui, Celine, Jamie Haller et d'autres les remettent en piste. Après la vague des ballerines ou des chaussures aux semelles imposantes, la *jazz shoe* rappelle que marcher peut être une chorégraphie. La chaussure n'est peut-être pas conçue pour vous mener à destination. Elle est faite pour vous y accompagner en rythme. ☺

TEXTE ENDRIT NURCAJ

Alhambra célèbre la chance depuis 1968



Alhambra
Boucles d'oreilles

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme depuis 1906





CASSE-NOISETTES

EN HAUT À GAUCHE Les noisettes sont torréfiées à sec dans un four de 12 mètres de long. La chaleur fait se détacher la peau.
EN HAUT À DROITE Elles passent ensuite dans la décortiqueuse pour être débarrassées de leur peau.
À DROITE Grâce à l'intelligence artificielle, la trieuse identifie en quelques microsecondes les noisettes à éliminer.
EN BAS À DROITE Un demier tri manuel garantit que seules les meilleures noisettes termineront dans le bocal.
EN BAS À GAUCHE Une machine conditionne les noisettes et étiquette finalement les bocalux.



Apéritif **croquant**

DEPUIS PLUS D'UN SIÈCLE, **LA MAISON NOBS**, BASÉE À MÜNCHENBUCHSEE, PRÈS DE BERNE, TORRÉFIE LES MEILLEURS FRUITS À COQUE, QUI REGORGENT DE NUTRIMENTS.

TEXTE TINA BREMER IMAGES MARVIN ZILM

LEGESTE EST IMMuable, presque un réflexe, acquis après de longues années de pratique. Dès que Marcel Messerli, le maître torréfacteur, entre dans la salle de production à 6 heures du matin, la première chose qu'il fait est de poser la main sur les carreaux. Il vérifie s'ils sont suffisamment chauds. Car le four de 12 mètres de long, datant de 1920, est le cœur battant de la société Hans Nobs & Cie. Depuis plus de cent ans, on torréfie ici des noisettes. L'histoire de cette entreprise traditionnelle de Münchenbuchsee a toutefois commencé encore plus tôt, en 1904, avec des aliments pour nourrissons. À l'époque, le fondateur Hans Nobs a fait de nécessité vertu: sa deuxième fille, Irma, ne supportait pas le lait. Le boulanger de formation a donc mis au point une poudre alimentaire à base de céréales grillées, que l'on pouvait mélanger à de l'eau. C'est ainsi qu'est née la célèbre marque Berna. Plus tard, l'homme s'est également lancé dans la production de biscottes, de barres énergétiques pour les alpinistes – et a commencé à torréfier des noisettes. Ce fut la première entreprise de Suisse à le faire sans huile. «Nous avons conservé jusqu'à aujourd'hui cette méthode de torréfaction lente et à sec», raconte Alexandre Dumuid.

En 2008, son père, Gilbert, et quatre amis rachètent la société Hans Nobs & Cie à l'entreprise de torréfaction O. Aeberhard. Les affaires ne vont pas fort, mais Gilbert

croit au potentiel des noix, un produit naturel regorgeant de vitamines et de minéraux, riche en graisses saines et en protéines végétales. Un véritable superaliment qui favorise la concentration, protège les vaisseaux sanguins et réduit le taux de glycémie. Peu à peu, le quintet élargit sa gamme aux noix de cajou, aux noix de macadamia et de pécan, aux amandes et aux pistaches. Nobs transforme entre 70 et 80 tonnes par an. «Mais nos noisettes du Piémont restent notre best-seller. Elles ont un goût particulièrement intense et ne sont pas assaisonnées», explique Alexandre, qui a rejoint l'entreprise après ses études et qui, en tant que directeur général adjoint, s'occupe des ventes et du marketing.

Comme au bon vieux temps

Ce best-seller s'empile par plateaux entiers sur les étagères murales. La veille au soir, les noisettes ont été sorties de la chambre froide, afin qu'elles reviennent à température ambiante. Un écureuil serait ici au septième ciel, au milieu de toutes ces tentations. Plaque après plaque, Marcel Messerli fait passer les noisettes dans le four historique à l'aide d'une longue tige de fer. Mais chut! la durée exacte de la torréfaction tout comme la température sont des secrets bien gardés. Une seule chose peut être dévoilée: le processus dure entre une heure et demie et deux heures. Depuis que Hans Nobs a commencé à torréfier des noisettes et des cacahuètes en 1929, le procédé est resté pratiquement identique.

Petit à petit, les noisettes prennent une teinte légèrement dorée. Elles ressortent du four subtilement torréfiées. Grâce à la chaleur, la peau va pouvoir s'enlever plus aisément. Ce sont les brosses de la décortiqueuse qui s'en chargent. Plus la qualité de la noisette est élevée, plus cette fine couche brune se détache facilement. Les noisettes sont ensuite acheminées vers la trieuse, le seul appareil «dernière génération»: en quelques microsecondes, une intelligence artificielle optique détecte les noix qui défilent, sélectionne les bonnes et écarte les mauvaises. Les employés n'ont toutefois pas à s'inquiéter pour leur emploi: «L'œil humain ne pourra jamais remplacer la machine», estime Alexandre Dumuid. Le contrôle qualité final s'effectue en effet toujours à la main. En un clin d'œil, les employées font rouler et glisser les noix sur un plateau, de gauche à droite puis dans l'autre sens, en les triant selon leurs différentes qualités. Pour finir, elles passent dans la machine d'emballage et d'étiquetage, où les boîtes sont scellées. Jusqu'à 600 par heure. Après la récolte, en septembre, la haute saison commence pour de bon. «A l'approche de Noël, nos noix sont particulièrement recherchées», explique Alexandre Dumuid. Et son père d'ajouter: «Nous avons réussi à nous redresser parce que nous préservons la tradition tout en développant des saveurs innovantes.» Ce qui n'a pas changé? A l'heure du déjeuner, les machines sont toujours arrêtées pendant deux heures. Sans cela, les habitants du village ne disposaient pas d'assez d'électricité pour cuisiner. ☺



Alexandre et Gilbert Dumuid

En 2008, Gilbert Dumuid a repris l'entreprise familiale Hans Nobs & Cie avec quatre amis. Depuis lors, cet homme de 69 ans en est le directeur général. Le Vaudois a auparavant suivi une formation de comptable, travaillé chez Cargill, puis exercé le poste de CFO chez le torréfacteur de café bernois O. Aeberhard. Son fils Alexandre, âgé de 30 ans, a rejoint l'entreprise après avoir suivi des études de gestion d'entreprise à l'Université de Saint-Gall. Il est responsable du marketing et des ventes.



FLEXFORM GENEVE BY LA COUR DU MAIL 1 AVENUE KRIEG GENEVE T +41 22 328 02 40 INFO@LACOURDUMAIL.CH
 FLEXFORM LUZERN BY DAVINCI INTERIOR DESIGN 4 MEILPLATZ EMMEN T +41 41 260 51 53 FLEXFORM@DAVINCI-SCHWEIZ.CH

ÉGALEMENT DISPONIBLE CHEZ D'AUTRES REVENDEURS AGRÉÉS

DISCRET EN APPARENCE SEULEMENT.
 Camelot canapé, design Antonio Citterio



FLEXFORM

À toutes jambes

ÉCHAPPÉ DES SALLES DE SPORT, LE **LEGGING** SE PIQUE DE DISTINCTION. GARE AUX CLICHÉS SUR LE PRÉTENDU BON GOÛT.

TEXTE RENATA LIBAL

ALORS OUI: IL MOULE. C’est bien là le signe distinctif – la raison d’être! – d’un legging. La liberté de mouvement que ce presque-pantalon extensible garantit va de pair avec une réputation vaguement inconvenante. On ne jure que par lui dans une salle de fitness, on l’adore sur un sofa, on l’admet à l’aéroport, on tique un brin dans un musée, mais de grâce: pas au bureau, ni à une table nappée de blanc! Voilà exactement le type d’idée reçue à réviser d’urgence. Sa dernière mue a mené le vêtement de loisir par excellence sur les podiums des plus grandes marques de mode, dans un esprit graphique. Les jambes sublimes, assumées, convolent avec des blazers à la coupe parfaite chez Balenciaga, avec des blousons et des cuissardes en cuir précieux chez Hermès, avec des plissés sophistiqués chez Mugler. L’idée: gommer l’héritage sportif et ne garder que le confort, la jambe allongée servant de piédestal à une création vestimentaire élaborée.

Evidemment, la rue (et les stars désireuses d’afficher leur forme sportive) n’a pas attendu le blanc-seing des créateurs de luxe pour enfiler un legging et le faire déborder du studio de yoga aux chassés-croisés du quotidien. Depuis une vingtaine d’années, des marques comme la canadienne Lululemon (son fameux modèle Align!) proposent des matières aussi techniques que douces au porter, avec des coupes qui flattent la silhouette. Tant qu’à travailler ses fessiers et quadriceps, autant que cela se voie... La tendance *athleisure* a été lourdement soutenue par cette icône de la pop culture qu’est Kim Kardashian, qui n’a jamais hésité à associer le legging ou le short de cycliste à des talons étourdissants. Sa marque de vêtements galbants SKIMS connaît un succès jamais démenti depuis son lancement en 2019. Quant au marché global du legging, il pesait 40 milliards de dollars en 2024, avec un taux de croissance annuel d’environ 7% selon l’indicateur financier TCAC. Si la mode pure ouvre de nouveaux terrains de jeux haut de gamme pour le vêtement utilitaire devenu versatile, les enjeux du secteur résident surtout dans l’innovation technologique (séchage rapide, compression, etc.) et la durabilité de la production. A l’évidence, sous des esthétiques diverses, les jambes contemporaines sont promises à un bel embarras du choix pour assurer leur gainage.

L’effet stretch

Or le legging n’a pas toujours été aussi agréable à porter. Les modèles des années 1980, ces lycras vaguement brillants, désignés par métonymie par la matière qui les composait, crissaient dans les mains et irritaient la peau. Tant pis! L’effet tonique primait, pour les adeptes des premiers cours d’aérobic – ou des séances télévisées de Véronique et Davina. Historiquement, le legging a beaucoup dansé, de Brigitte Bardot à Olivia Newton-John en passant par Cher, Beyoncé ou Taylor Swift. Quand, en 1958, le chimiste Joseph Shivers a mis au point l’élasthanne, la fibre révolutionnaire s’est empressée d’accompagner les mouvements de libération féminine, au propre comme au figuré. L’effet stretch a permis de délier les corps en pantalons fuseaux insolemment étroits. L’époque n’attendait que cela! Dès les années précédentes, une Audrey Hepburn s’imposait, sur un air de jazz, en pantalon cigarette: elle aurait certainement rêvé que le vêtement suive mieux ses chorégraphies... Les créateurs des années 1960 se sont emparés de cette nouvelle matière qui incarnait si bien l’envie de casser les carcans. La fameuse Mary Quant, inventrice de la minijupe, a profité des nouvelles possibilités des collants épais (presque des leggings!) pour raccourcir drastiquement les ourlets. Pierre Cardin et André Courrèges ont imaginé des pantalons et combinaisons moulants pour des tenues futuristico-spatiales. Quant à Emilio Pucci, il a gainé jambes, corps et âmes dans des imprimés psychédéliques qui en appelaient à l’amour en partage.

D’une certaine manière, le legging des défilés d’aujourd’hui renoue avec l’esprit libre et couture qui a marqué les débuts des textiles stretch. Le vêtement jouit certes d’un profond ancrage sportif, mais il incarne surtout une féminité sans entrave et sans complexe, une féminité qui avance à grande enjambées. On en viendrait presque à oublier que les premiers à se protéger de jambières ajustées étaient des soldats de la fin du Moyen Âge. Les amazones d’aujourd’hui les saluent. ☺



L’EFFET STRETCH

2026 Sur le podium de l’automne, un modèle Mugler.

1498 Des soldats aux jambes gainées de près, dans un tableau de Luca Signorelli.

1901 La série de photos «The Power and Beauty of Superbe Womanhood» glorifie déjà le corps sportif, en caleçon moultant.

1957 Audrey Hepburn dans «Funny Face», en pantalon cigarette, précurseur du legging.

1966 Le couturier Emilio Pucci intègre le legging à une certaine vision du flower power.

1985 Dans la mouvance Jane Fonda, le fitness se fait désirable.

2025 Kim Kardashian a popularisé l’allure sport dans la rue.



THE FRANKIE SHOP ANNIVERSARY EXCLUSIVE
PRÉSENTÉ PAR IRIS BERBEN



breuninger.com

SÉLECTION EXCLUSIVE MODE, BEAUTÉ ET STYLE DEPUIS 1881



À CŒUR À CORPS

DANS SA RÉCENTE COLLECTION
JOAILLIÈRE POUR HERMÈS, LE CRÉATEUR
PIERRE HARDY DÉGAGE UNE ÉNERGIE DU
BONHEUR QUI DONNE ENVIE DE DANSER.

PROPOS RECUEILLIS PAR **RENATA LIBAL**

M

AINS DANS LES POCHEs en cette journée torride, Pierre Hardy arrive dans les bureaux parisiens de la maison Hermès, un sourire aux lèvres et les yeux remplis du bleu du ciel: «J'adore l'été!» lance-il. Sur la table, un élégant (forcément!) bol jaune soleil rempli de fraises, un autre de myrtilles et de framboises. On sait l'importance des détails qui font la différence, dans la belle maison de tradition! Il était prévu de parler surtout de la dernière collection de haute bijouterie, mais l'éminent directeur de création se laisse volontiers emmener sur des chemins de traverse et se raconte avec une spontanéité, une sincérité qui met en joie. A l'évidence, nous n'évoluons pas là dans un monde régi par les moodboards de l'équipe marketing, ni dans les dialogues scénarisés par un bureau de communication. Et c'est certainement cette délicieuse liberté, cette denrée devenue si rare dans l'univers du luxe, qui nourrit sa verve créative.

Cet été, Pierre Hardy a présenté une somptueuse collection de haute bijouterie, la neuvième depuis 2010, quand la maison Hermès a investi ce territoire de l'ultraprécieux. Le fil conducteur en est le cheval, envisagé dans ses paysages emblématiques, notamment les plaines du far west. A priori, Pierre Hardy n'avait jamais affronté l'art du métal précieux et des pierres serties avant 2001, soit le lancement de la ligne de bijoux. Mais l'architecture des objets, il en faisait son affaire! L'ancien danseur, si conscient du langage du corps et de son rapport à l'environnement, s'était déjà imposé par son sens de l'accessoire qui signe la silhouette. Depuis 1990, il dessine les chaussures Hermès, après des années d'expérience chez Dior, sans même parler de sa collaboration avec Balenciaga du temps de Nicolas Ghesquière et de sa ligne de chaussures éponyme. Depuis peu, soit 2020, il chapeaute aussi les si graphiques écrins de la ligne beauté. De tous ces univers, le bijou lui tient particulièrement à cœur et ouvre un terrain d'exploration où le précieux s'inscrit dans la durée... ou peut-être l'éternité?

Comment décrivez-vous votre voyage en haute joaillerie depuis la première collection?

La toute première était vraiment le galop d'essai. Je n'avais jamais fait de haute joaillerie, Hermès non plus. En sont issus quelques objets-signes, presque des totems. L'idée était de surprendre: on voit parfois la maison comme supra élégante, mais un peu froide, détachée du réel... ou en tous cas de l'animal. La première collection s'inscrivait contre cette vision en étant très proche du cheval, avec des pièces inspirées du fouet, du sabot, une vision très cavalière. La collection

actuelle, *Into the horsescape* – un néologisme qui fusionne les mots anglais pour cheval et paysage –, renoue avec l'histoire équestre, mais de façon plus romanesque, en chapitres, avec plusieurs scénarios.

Y a-t-il une pièce qui l'incarne particulièrement pour vous?

J'en ai plusieurs en tête. J'adore la ligne Centaure, un tour du cou comme un collier torque, en or rose serti, avec des cabochons en jade noir à ses extrémités taillés en forme de sabots. Et aussi ce «bijou vêtement», un plastron qui se croise à l'arrière et se noue à la taille. On est là à l'extrême limite du bijou. Cette forme archaïque, archétypale, fait voyager dans le temps: on dirait presque un objet babylonien, tant il est épuré. J'aime beaucoup cette esthétique minimaliste assez radicale. Et cela relève de la gageure que d'assouplir la rigidité du métal pour le faire épouser le corps.

La haute joaillerie évolue souvent dans un univers un peu baroque, or vous l'inscrivez dans une géométrie très rigoureuse...

Rien n'est plus géométrique que la taille d'une pierre: c'est de la géométrie pure, au nanomillimètre. L'éclat vient de cette perfection. Au cœur de la joaillerie, il y a cet ordre minéral: la facette, la taille, la netteté. Et la plupart des bijoux sont symétriques, en mimétisme avec le corps. La joaillerie n'est pas l'opposé de la géométrie.

Votre rapport aux pierres s'est-il développé avec la joaillerie? A priori, ce n'était pas votre univers de base.

C'est effectivement un univers que j'ai découvert. J'aborde la pierre avec mes armes de plasticien: couleur, forme, volume, organisation dans l'espace, pas comme un gemmologue que je ne suis pas. Les pierres sont une palette offerte par la nature. Je m'autorise une grande liberté. Une seule contrainte: que le bijou soit agréable à porter.

Quelles surprises vous attendaient dans l'univers du métal précieux?

La principale surprise, c'est que, finalement, peu de choses sont impossibles. On imagine que la préciosité, la précision et la sophistication extrêmes vont induire des contraintes insurmontables. Mais non! C'est tout l'intérêt de mon travail: le design permet de trouver des solutions qui jouent sur les qualités intrinsèques du métal et de la pierre pour rendre la parure souple, solide, pas trop lourde.

Le dessin est à la source de tout votre travail. Dans la haute joaillerie aussi?

Effectivement. Mais le domaine dépend naturellement aussi beaucoup des pierres. Une grande partie du travail de recherche pour une collection dépend des gemmes à disposition et de ma rencontre avec elles. Si on me dit que je n'ai plus le droit d'utiliser le bleu, parce qu'on

A la création chez Hermès depuis 1990 (haute joaillerie et bijoux, mais aussi chaussures et objets de beauté), **Pierre Hardy** cultive l'art de la sublime simplicité.



Bracelet manchette en or blanc et diamants, de la ligne **Etreintes**, qui voit s'entrelacer les courbes des mors d'équitation.



ne peut pas certifier l'origine du saphir, alors tant pis! On va faire un dégradé de vert. C'est un peu la phrase de Picasso: quand je n'ai plus de bleu, je mets du rouge. Outre ces aléas, les dessins, eux, sont très précis: j'essaie d'aller au plus près du projet.

Dans cette collection, la femme arbore souvent les attributs du cheval: la selle, le mors, le harnais... En quelque sorte, elle s'incarne en cheval.

Il y a une grande ambiguïté dans ce glissement. Un jeu sensuel... Il faut recourir à la litote: je dirais que la femme s'approprie la puissance, la magie de l'animal ou de ceux qui le domptent. Les pièces joaillères fusionnent avec le corps, elles se métamorphosent par la façon dont elles se placent sur la peau et imposent ainsi une nouvelle esthétique.

Quel est votre rapport personnel au cheval? Etes-vous cavalier?

Pas du tout. J'envisage les chevaux à distance, mais je les trouve magnifiques. L'échelle est très impressionnante: les yeux, la bouche... L'anthropomorphisme joue, évidemment! Tout ce qu'on reconnaît d'un animal qui pourrait être humain est impressionnant.

Travailler pour Hermès n'implique donc pas forcément des cours d'équitation...

L'expérience vécue n'est pas la seule manière d'aborder le réel (*il rit*). Je crois beaucoup à la force cérébrale. J'ai ce film un peu mythologique en tête, un voyage à cheval à travers les steppes – il pourrait s'agir des plaines de l'Argentine comme du Montana. Je vois un galop sur la plage, la griserie du danger... Un vrai fantasme!

Quel est le lien entre chaussure, objets de beauté et bijoux? Ces domaines relèvent-ils de la même démarche ou le rapport à la peau, en joaillerie, change-t-il la donne?

La peau est un organe comme un autre... Je travaille dans des registres différents, des échelles, des matières, des proximités différentes, mais au fond ce qui m'intéresse à chaque fois, c'est de parler au corps. Je m'adresse à lui avec des outils, des pièces d'apparat, presque des modifications. La danse m'a donné une grande conscience du corps. Je n'y pense pas en dessinant, mais je comprends intrinsèquement comment un objet fonctionne avec le corps. Une bague peut être plus ou moins astreignante. Tout comme une chaussure: jusqu'où pousser le talon pour que ça marche avec la jambe? Peu d'accessoires modifient autant la posture et la conscience de soi. Ces questions me passionnent.



LE CHEVAL... AUTREMENT

À GAUCHE Présentée en avant-première lors du défilé de prêt-à-porter masculin, en juin, la broche de la ligne *Lasso Disco* figure des bottes et un chapeau de cow-boy et un lasso – l’esprit far west en or et en diamants.

À DROITE Dans la ligne *Apparat*, ce bijou de corps en or rose serti de diamants blancs enlace la taille et ceint le décolleté d’un maillage souple. Cette ligne de la collection joaillière fait écho aux tenues qui parent parfois les chevaux.

Au défilé homme de l’automne, on a vu une des broches de la collection sur un revers de veste masculine. Là aussi, la broche induit-elle un changement de posture?

La pièce était pensée comme un indice, un teasing de la collection de bijoux. Il s’agissait de la pièce avec une botte et un lasso – un côté très rodéo! J’adore l’esprit cow-boy avec des pierres précieuses. Certaines pièces sont très féminines, conçues pour accompagner, chanter, poétiser ou sublimer une vision de la féminité. D’autres circulent plus librement, de façon fluide. Mais je ne fais pas des bijoux spécifiquement pour les hommes. Je trouve beau quand un homme emprunte le bijou de sa compagne: il faut que le geste ait un sens. Le choix d’un bijou est toujours une affaire intime et cela me fait plaisir quand on se les approprie de manière très personnelle.

De quelle manière se passe la collaboration avec Nadège Vanhée, directrice artistique du prêt-à-porter féminin? Les univers se construisent-ils ensemble?

Non, nous travaillons de manière étanche. Les raisons sont structurelles: les moments de présentation ne sont pas les mêmes, ni les histoires racontées. Et les enjeux diffèrent: le prêt-à-porter est désirable dans l’instant, et la proposition sera renouvelée trois ou six mois plus tard. Je ne sais pas combien un bijou va durer, combien de temps il sera aimé, mais j’espère qu’il le sera pour l’éternité. Nadège choisit pour ses défilés les bijoux qui résonnent avec l’histoire de sa collection.

En même temps, vos narratifs doivent s’entremêler...
Bien sûr, nous marchons sur une même planète qui s’appelle Hermès. Mais chacun l’explore à sa manière, sans règles données... Ce qui est un privilège merveilleux.

Vous explorez cette planète depuis trente-six ans! Qu’est ce qui vous fait plaisir, chaque matin en vous levant?
Je suis fier de cette fidélité envers moi. Le plus beau compliment que l’on puisse faire à un créateur, c’est de lui renouveler la confiance. Cela induit un état d’esprit très libéré. J’ai un énorme plaisir à travailler sans règle imposée. Je n’ai jamais rencontré un directeur marketing chez Hermès.

Jamais?
Moi, je suis là pour alimenter la réflexion, créer la fantasmagorie. Dans un deuxième temps, bien sûr, tout cela est rationalisé...

Et dans les objets de maquillage?
Je travaille avec Gregoris Pyrpylis, directeur de création de la Beauté Hermès. Mais comme je ne suis pas maquilleur, je ne vais pas imaginer un nouveau fard à paupières. Je vais juste concevoir la boîte dans laquelle il sera présenté. Les moments de créations sont différents. C’est lui aussi qui me dit de quel pinceau il a besoin: la longueur, le volume, l’usage. A moi de faire en sorte que cet accessoire soit le plus séduisant possible. J’adore ce travail de design pur.

En création, parfois,
il faut savoir partir de zéro, oublier tout ce que l’on croit savoir.

Le créneau de la cosmétique est très compétitif. Or, vous avez réussi à inventer des boîtiers, des accessoires que l’on a vraiment envie de toucher, de garder...

C’était un peu mon obsession au début: comment faire la différence dans un univers si saturé? Comme je n’y connaissais rien, j’ai fait ce que je pensais le mieux – et c’est souvent la meilleure solution. Il faut partir de zéro, oublier tout ce que l’on croit savoir et réduire. Epurer. Il faut rendre l’objet le plus radical possible.

Comment intègre-t-on la notion de poids?
Cet élément de design immatériel est fondamental. Il faut le gérer, le contrôler. La légèreté comme le poids sont des qualités jusqu’à un certain point. Trop de légèreté induit un effet un peu inconsistent, mais trop de poids embarrasse. C’est un équilibre délicat à trouver.

Ce qui nous ramène à la joaillerie...
... et au rapport avec son propre corps. Certaines femmes aiment sentir une présence du bijou, d’autres ne supportent que le très diaphane. C’est un goût très intime, très personnel.

Y a-t-il des zones du corps plus difficiles à orner que d’autres?
On peut évidemment aller très loin dans l’exploration du corps, mais dans le spectre qui est le mien, celui d’une maison de luxe, je dirais que les oreilles sont un terrain compliqué, car toutes sont différentes. Le bijou de corps représente aussi une limite intéressante: une chaîne qui descend du cou à la taille, par exemple. Entre séduction, érotisation, fétichisme, il faut placer le curseur au bon endroit... et oser aller un peu trop loin pour que l’effet soit nouveau et surprenant.

Quel est votre rapport au diamant? Vous qui êtes tant porté sur la couleur...
Je suis toujours surpris quand on m’attribue une passion des couleurs, car mes premières amours étaient extrêmement monochromes. J’ai fait des collections toutes noires, car tout est beaucoup plus beau en noir – ou au moins sur un fond noir.... J’ai vraiment appris à apprivoiser et à travailler toute la palette de couleurs. Mais je me souviens



EN SELLE

Toujours dans la ligne *Apparat*, cette bague volumineuse reprend la forme d’une selle, en or rose et jade noir, or blanc serti de diamants blancs ainsi que de deux diamants bruns.

de l’une des premières fois où j’ai travaillé sur la joaillerie, quand on allait choisir des pierres chez un lapidaire. J’ai vu toutes ces couleurs de la création sur une table et j’ai trouvé cette abondance totalement irrésistible. Quelle sensualité dans ces morceaux de nature, aux nuances sans limite! D’une certaine manière, je me suis senti obligé, comme une politesse, de faire honneur à ce cadeau de la nature en les exploitant de la façon la plus noble, la plus spectaculaire.

Etes-vous en train de m’expliquer que vous avez attendu l’arrivée en joaillerie pour comprendre ce qu’était la couleur?
Non. Mais il y a des matières, comme la soie, certains cuirs, comme le daim, auxquelles la couleur répond de façon incroyable. Les nuances sont plus riches, plus profondes, plus vibrantes.

Les couleurs vous murmurent des secrets à travers la matière...
Je ne suis pas du tout ésotérique, mais je pense que certaines vibrations optiques entrent dans ma rétine et produisent un effet purement physiologique. Je crois beaucoup à ça, vraiment. La luminothérapie ne relève pas de la magie: certaines personnes sont plus sensibles que d’autres aux ondes lumineuses, qui peuvent influencer le physiologique, le physique.

Et le diamant, donc...
Je l’adore! C’est comme la réponse au noir, son alter ego. Travailler le diamant, c’est comme travailler la lumière!

Quelle est votre heure préférée, dans une journée?
L’heure magique, c’est entre chien et loup, vers 21 h 30 en été. Ce moment où les lumières naturelle et artificielle s’équilibrent. J’adore cette transition. L’hiver, ce serait plutôt l’absence de couleur du matin... Mais je n’aime rien de l’hiver.

Etes-vous très ancré à Paris?
Absolument! J’y suis né et c’est une ville follement inspirante.

La seule à vous faire vibrer?
Je vais aussi beaucoup en Grèce ou à peu près n’importe où en Méditerranée. J’ai besoin de soleil. Je suis aussi à moitié Corse, du centre de l’île. Je vis à Paris, mais je me ressource au sud.

Portez-vous des bijoux?
Rien, hormis des choses très personnelles, comme une alliance. Mais je trouve les bijoux très beaux sur certains hommes, dans une multitude de registres différents, d’ailleurs, qui peuvent aller du port aristocratique au dandy, au rockeur, au biker. Mais pas sur moi.

Et votre vestiaire?
Je m’habille de manière très, mais alors très élémentaire. Trois registres: chemise, polo, pull. Monochrome. Minimal. Jamais d’imprimés – trop agités. Tout au plus une rayure – le comble de l’excentricité pour moi. J’ai longtemps fantasmé une garde-robe rationnelle: cinq costumes noirs, bleus, gris, dix chemises blanches, dix bleu ciel... Mais elle m’est

impossible. Dans le vêtement, il y a toujours un fantasme de transformation: être soi en mieux, grâce à un détail.

Quels sont vos fétiches personnels, ceux auxquels vous ne résistez pas?
J’adore acheter des objets, je peux même être compulsif. Mais c’est idiot, je ne sais plus où les mettre... Comme j’adore meubler des maisons, je continue à regarder les annonces et à me projeter dans des ailleurs différents, même si je sais que je n’ai pas assez de temps pour aller là où je suis déjà installé.

Combien de maisons habitez-vous?
Trois... enfin quatre avec la maison familiale de Corse. A Paris, nous vivons dans un hôtel particulier du XVII^e siècle, sur l’île Saint-Louis, où les éléments contemporains réhaussent l’esthétique classique. A New York, c’est l’esprit *white box*, très minimal. En Corse, ma sœur m’a laissé aménager en version minimale aussi, avec des accents méditerranéens. En Grèce, c’est... grec, une sorte de rustique mais épuré. Surtout pas de folklore.

Ah bon?
Au final, tous les folklores se ressemblent. Danse bretonne, chants corses ou grecs... on en revient à une sorte d’archaïsme originel.

Dessinez-vous en dehors des collections?
De moins en moins. J’ai pensé, un temps, que je serais peintre un jour... Mais, non. Il faut se rendre à l’évidence.

Et dans ces maisons, cuisinez-vous?
Beaucoup! J’aime les cuisines minimales, de type labo, où on a tout sous la main. C’est absurde de faire un marathon dans une cuisine de 120 m² à chaque fois que vous avez envie de rassembler les ingrédients pour une salade!

Un plat fétiche qui vous met du baume à l’âme?
Des *linguine* au citron, sans hésitation! Je pèle un citron, je garde le zeste et je prélève le jus. Je mets trois ou quatre lanières du citron dans l’eau, dans laquelle je cuirai les pâtes. Je fais sauter le reste du zeste avec de l’huile d’olive et c’est tout. Je mets du beurre aussi – un peu – puis j’ajoute le jus du citron. Quand les pâtes sont al dente, je termine dans la poêle avec un peu d’eau de cuisson si nécessaire et du parmesan pour lier. C’est tout: trois éléments, la beauté de la simplicité.

Dans le monde actuel, entre instabilité, guerre, crise climatique... quel sens peut apporter le luxe et le beau?
Comme la musique, la danse ou les musées, l’artisanat nous permet de rester vivants. La beauté nous élève. Il ne faut surtout pas arrêter de la cultiver, mais le faire en conscience, sans obscénité. Mais c’est vrai que nous marchons en équilibre sur une ligne tendue. Paradoxalement, en périodes sombres, le luxe a souvent prospéré, les gens ont prêté attention à leurs tenues. Cela relève sans doute de nos paradoxes intimes, d’un réflexe de survie, d’un besoin d’humanité. ☹



BEAUTÉ EN ÉCRIN

Rouge à lèvres de l’édition limitée automne-hiver 2026, dans son tube en métal laqué, poli et brossé. Un objet – rechargeable – à conserver et manipuler longtemps.

GRANDS DÉTAILS

LES COLLECTIONS
AUTOMNE-HIVER
2026 DÉVOILENT
DES ALLURES TIRÉES
À QUATRE ÉPINGLES.

TEXTE ET REPÉRAGES ENDRIT NURCAJ

Chez **Tom Ford**, le
costume se réinvente.

O

N NE SAIT PLUS TRÈS BIEN où l'on va. Alors autant y aller bien habillé. Depuis quelques années, au bureau, les Birkenstocks ont remplacé les richelieus, les hoodies les chemises. Le télétravail a fini de brouiller les pistes. Après tout, pourquoi boutonner une veste quand personne ne voit ce qu'il y a hors du champ de la webcam? Et puis, presque sans prévenir, le balancier repart dans l'autre sens. Pas question pour autant de ressortir les vieux codes du costume-cravate. Ce qui revient est plus simple: l'envie de s'habiller vraiment. De composer une silhouette plutôt que d'enfiler des vêtements. Le mouvement dépasse d'ailleurs largement les podiums. Les bureaux ressemblent à des cafés, les cafés à des espaces de coworking. Les mariages abandonnent les dress-codes. Même certains restaurants gastronomiques ont renoncé à exiger une veste.

Tout est devenu plus souple, plus infomel, plus facile, que cela soit dans le vestiaire masculin comme féminin. C'est plutôt une bonne chose. Personne ne regrette vraiment l'époque où une cravate pouvait décider si l'on entrait ou non dans un restaurant. Mais lorsque les règles disparaissent, il reste une question: que faire lorsque l'on souhaite marquer le coup? S'habiller, pardi. Pas pour montrer ce que l'on possède. Une chemise bien repassée, un pantalon parfaitement coupé ou un manteau que l'on a pris le temps de choisir ne disent pas grand-chose du statut de celui qui les porte. Ils disent pourtant beaucoup sur son état d'esprit. Et c'est peut-être cela qui revient aujourd'hui: le plaisir de faire un effort. Pour soi, pour l'endroit où l'on va, pour les gens que l'on va retrouver. Une veste bien coupée ne changera pas le monde. Mais elle peut changer la façon dont on entre dans une pièce. 🍷



Grande tenue

Un beau costume ne change pas seulement une silhouette. Il change la manière de se tenir. Ici, tout est affaire de détails: une veste parfaitement construite, une chemise fermée jusqu'au col, un foulard glissé sous une cravate. Rien de spectaculaire et, pourtant, le corps semble immédiatement différent. On se redresse. On occupe l'espace autrement. C'est ce que racontent les collections de Tom Ford (*à gauche*) et Saint Laurent (*à droite*) cette saison: moins un retour du costume qu'un retour à l'idée de s'habiller vraiment. Après des années de vestes souples, de baskets et de silhouettes pensées pour le confort, le tailoring retrouve une certaine précision. Mais pas question pour autant de ressortir l'uniforme du banquier des années 1980. Les foulards remplacent parfois les cravates, les proportions changent, les codes se mélangent. Le costume n'est plus vraiment une règle. C'est une décision. Prendre le temps de composer une silhouette, de boutonner une chemise, de choisir ce qui va autour. Pas pour impressionner les autres. Simplement parce qu'on a décidé que, ce jour-là, ça en valait la peine.



Grand soir

Le *cummerbund* est sans doute l'accessoire le moins indispensable de la saison. C'est aussi l'un des plus révélateurs. Cette large ceinture de soie, traditionnellement portée avec un smoking, semble appartenir à un autre temps. Son nom vient du persan *kamarband*, littéralement «bande autour de la taille». Adopté au XIX^e siècle par les officiers britanniques en poste dans les Indes, il s'impose ensuite dans le vestiaire occidental de soirée. La légende veut que ses plis, toujours orientés vers le haut, permettent d'y glisser un billet, quelques pièces de monnaie ou un ticket de spectacle. Une anecdote plus qu'une véritable fonction, mais qui en dit long sur l'époque dont il est issu. Et pourtant, le voilà qui réapparaît sur les podiums. Chez Polo Ralph Lauren (*à g.*), il retrouve sa place naturelle, glissé sous une veste noire impeccablement coupée. Chez Conner Ives (*à dr.*), il se détourne, se bricole presque, noué à la taille comme un clin d'œil au vestiaire de cérémonie. Deux interprétations très différentes, mais une même envie: retrouver le plaisir du rituel sans en respecter nécessairement les règles. Le *cummerbund* ne revient pas par nostalgie. Personne ne réclame le retour des bals ni des dîners en habit. On peut désormais le porter précisément parce qu'il ne sert à rien. Et c'est peut-être ce qui le rend intéressant: il suffit de quelques centimètres de soie autour de la taille pour transformer une silhouette en intention.



Grande **illusion**

Le crocodile disparaît. Son imaginaire, lui, reste intact. Les grandes maisons prennent progressivement leurs distances avec les peaux exotiques. Certaines y renoncent totalement – enfin! – d’autres en limitent fortement l’usage. Les préoccupations éthiques et environnementales rebattent les cartes, jusque dans les ateliers du luxe. Et pourtant, impossible d’échapper à son empreinte. Cette saison, les sacs se couvrent d’écailles... sans crocodile. Les cuirs embossés reproduisent son relief avec une précision presque troublante (*Bottega Veneta à gauche, Chanel à droite*). On garde le dessin, la texture, tout ce qui fai-
sait son pouvoir, sauf l’animal. Car le crocodile n’a jamais été seulement une matière. Il évoque un certain luxe: celui des objets que l’on garde, que l’on transmet, qui gagnent en caractère avec le temps. Même re-
produit sur un cuir de veau, son grain conserve cette idée de quelque chose de précieux et de durable. Et c’est peut-être là tout l’intérêt de l’illusion: aujourd’hui, on veut le crocodile sans avoir besoin du crocodile.

Grand **bijou**

Il est rare qu’un accessoire change complè-
tement de rôle. C’est pourtant ce qui arrive à
la broche. Une bague attire le regard vers la
main. Un collier encadre le visage. Une bouc-
le d’oreille accompagne un sourire. La broche
fait exactement l’inverse: elle attire l’œil vers
le vêtement. Un revers de veste, une épaule,
un col. Elle souligne une coupe, une const-
ruction, une silhouette. Et c’est justement ce
qui la rend intéressante.
Après des années de silhouettes épurées,
elle réintroduit quelque chose que la mode
avait largement laissé de côté: l’ornement.
Chez Michael Kors (*à g.*), ou Kallmeyer (*à dr.*),
elle prend l’allure d’un bijou de famille, com-
me si elle avait toujours appartenu à cette
veste. Très bien. Mais elle peut aussi être
beaucoup moins précieuse. Une broche trou-
vée en brocante ou un pendentif vieillot:
épinglés sur un revers, ces objets changent
complètement de fonction. Il suffit de
l’accrocher au bon endroit pour qu’une veste
très simple cesse de l’être.
Et si vous perdez une boucle d’oreille, ne
jetez surtout pas la seconde. Fixez-la sur le
revers d’une veste. Les plus beaux acces-
soires sont parfois ceux qui échappent à leur
fonction première.



PHOTOS: IARMANDO GRILLO, SIDORE MONTAG / GO RUNWAY.COM, INDIGITAL / DR KALLMEYER, DR BOTTEGA VENETA

Variations royales

AVEC SON BRACELET INTÉGRÉ, SA LUNETTE SI CARACTÉRISTIQUE ET SON ALLURE ENLEVÉE, **LA TUDOR ROYAL** EST LA MONTRE SPORT-CHIC PAR EXCELLENCE. ELLE SE DÉCLINE DÉSORMAIS EN TROIS TAILLES DE BOÎTIER DIFFÉRENTES.

TEXTE LA RÉDACTION

LE CADRAN

L'embarras du choix. L'éventail des couleurs donnerait presque le vertige: noir, bleu, argenté, vert, bleu clair, ivoire, saumon, bordeaux, marron, couleur champagne et nacre... Couplé au choix de la taille et à celui des finitions, voilà qui devrait faire trembler les indécis. Quand, pour en rajouter, on sait que les aiguilles se déclinent en acier ou en or jaune et que les index peuvent être ou des chiffres romains ou des bâtons...

LES COMPLICATIONS

Simplicité et fiabilité pourraient être les leitmotivs de la maison. Si les modèles 36 mm proposent un guichet pour la date à 3 heures, les versions 40 mm offrent un plus rare et élégant day-date, avec un «guichet du jour», placé à 12 heures, affichant le jour en entier. Une touchante pensée pour le quotidien.



LE BOÎTIER

Introduit dès les années 1950, le terme de Royal recouvrait au départ de nombreuses références, de formes et de tailles variées. Lors du relancement de la gamme sous sa forme actuelle, en 2020, TUDOR propose quatre tailles distinctes. Désormais, elles sont remplacées par trois nouvelles tailles, de 30, 36 et 40 mm, disponibles en acier ou en or jaune et acier. Histoire de s'adapter à tous les poignets. Et avec sa couronne et son fond vissé, la Royal est étanche en toute situation et jusqu'à 100 mètres sous la surface de la mer. Mais elle appréciera aussi un plongeon dans la piscine ou une petite brasse dans le lac.

LE CALIBRE

Ce sont des calibres Manufacture haute performance, conçus et assemblés par TUDOR, qui équipent dorénavant tous les différents modèles de la Royal. Robustesse et précision chronométrique garanties. Petit confort supplémentaire: ils sont dits «weekend-proof»: le porteur peut déposer sa montre le vendredi soir et la remettre à son poignet lundi matin sans avoir à la remonter.

LE BRACELET

Il participe grandement à cet effet sport-chic: totalement intégré, il assure une ligne ininterrompue avec le boîtier, pour un style assuré. Il se caractérise par ses trois larges maillons satinés entrecoupés de deux éléments plus fins et polis. Sa construction a été repensée afin que les mailles ne puissent jamais toucher le boîtier, évitant tout frottement. Disponible en acier ou en alternance or jaune et acier.

UNE HISTOIRE CENTENAIRE

Tout débute au cœur des années folles. Le 17 février 1926 précisément, lorsque Hans Wilsdorf, le fondateur de Rolex, dépose le nom «The Tudor». Le premier modèle sort la même année. L'aventure est dès le départ inscrite dans l'ADN de la maison, avec des «égéries» comme la marquise Carina Massone Negrone, l'une des toutes premières héroïnes du ciel, grande admiratrice de TUDOR. Et grâce au boîtier Oyster étanche développé par Rolex, la marque conquiert dès les années 1940 ceux qui s'attaquent aux conditions les plus extrêmes. Jusqu'à la Marine nationale française et aux Navy Seals de la marine américaine! Les modèles Black Bay et Pelagos vont vite devenir des emblèmes de la maison. En 2023, TUDOR inaugure au Locle sa nouvelle manufacture et entame désormais son deuxième centenaire d'existence avec panache.

UN MODÈLE ROYAL

Certes, dire de la Royal qu'elle est la quintessence du sport-chic résume à la perfection cet équilibre. Mais elle est aussi bien plus que ça. Son nom, d'abord, qui fait référence à une certaine idée de... majesté. Une manière de souligner la qualité supérieure, le design soigné et le confort au porter qu'offrent les différents modèles de TUDOR. D'ailleurs, le nom de la maison elle-même est lui aussi un hommage direct à la dynastie britannique qui a façonné l'histoire d'Angleterre. Comme l'était le logo historique de la marque, la rose – emblème floral héraldique créé par Henri VII –, remplacé au cours des années 1960 par le bouclier, qui orne aujourd'hui encore tous les modèles. On retrouve toutefois encore la fameuse rose Tudor, finement gravée, sur la couronne des modèles Black Bay et sur certaines éditions limitées.

MODE



TRICOT À TRIBORD

DOUCE ET RASSURANTE, LA MAILLE
S'ÉPANOUIT AUSSI SOUS LE SOLEIL.

IMAGES ANTOINE HENAUULT STYLISME SIMON PYLYSER

PAGE DE GAUCHE Sweater en laine et pantalon legging en coton, **Dries Van Noten**.

SUR CETTE PAGE Cardigan à col en maille torsadé en coton et pantalon cargo à signatures en coton et soie, **Louis Vuitton**. Montre Luminor Destro PAM01732, boîtier en acier poli 44 mm, mouvement mécanique à remontage manuel, calibre P6000, **Panerai**.





PAGE DE GAUCHE Pull à col montant en maille, **Brunello Cucinelli**. Short style caleçon à rayures Monogram en coton et soie, **Louis Vuitton**. Montre Radiomir 8 Giorni PAM01348, boîtier en acier Brunito 45 mm, mouvement mécanique à remontage manuel, calibre P.5000, **Panerai**.

SUR CETTE PAGE Pull à col roulé en laine et chapeau en laine vierge, **Giorgio Armani**. Pantalon en similicuir, **Kolor**.



MODE

SUR CETTE PAGE Pull à col rond en cachemire et pantalon en laine, **Prada**.

PAGE DE DROITE Polo à manches longues en cachemire Oasi et pull en cachemire, **Zegna**. Pantalon en coton, **Loewe**. Montre Luminor 8 Giorni PAM01733, boîtier en acier Brunito 44 mm, mouvement mécanique à remontage manuel, calibre P.5000, **Panerai**.





DIRECTION ARTISTIQUE
Géraldine Dura
PRODUCTION
Endrit Nurcaj
ASSISTANTE PHOTO
Victoria Maskell
COIFFURE ET MAQUILLAGE
Stéphanie Farouze
MODÈLE Ian McGonegal
CASTING Isadora Banaudi
LIEU DU SHOOTING Bateau Eilean
CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ EN
PARTENARIAT AVEC PANERAI



Les emblématiques voiles triangulaires, montées sur deux mâts, permettent d'identifier le Ketch «Eilean» de loin.



A bord, chaque détail est soigneusement entretenu: respect à la noble dame des mers.

En mer et contre tout

SOUS LA BANNIÈRE DE PANERAI, LE VOILIER «EILEAN» PARTICIPE À NOUVEAU AU CIRCUIT CLASSIQUE DES RÉGATES. UNE AVENTURE À LA FOIS HISTORIQUE, SPORTIVE ET ÉLÉGANTE.

TEXTE LA RÉDACTION

SOLEIL DE PLOMB en ce jour d'été et pas un souffle de vent. Rien à voir avec des conditions de régate, mais personne ne pense au chrono en chargeant les valises de vêtements et le matériel photographique à bord. Toute l'équipe d'*encore!* promène en revanche des doigts ravis sur le bordage en teck de Birmanie, sur le cabestan en bronze coulé et poli à la main. Une merveille d'élégance que ce voilier! A quai, dans le vieux port d'Antibes, les badauds s'extasiaient eux aussi devant la vieille dame des mers, cette beauté patinée par les ans et si minutieusement restaurée. Eux n'auront pas la chance de prendre la mer en grande classe, un café servi dans une tasse frappée du nom «Eilean» entre deux prises de vue (à retrouver sur les pages précédentes). Ian McGonegal, notre mannequin du jour, tout particulièrement, a vécu sur une vague de bonheur durant cette journée, lui, l'amoureux de bateaux qui a passé ses loisirs d'adolescent à pêcher en Alaska.

Embarquer sur Eilean relève en effet de l'expérience à fort supplément émotionnel. Ce voilier d'exception de 70 pieds de long (22 mètres) accompagne la marque de montres Panerai dans ses aventures sur mer depuis sa rénovation, en 2009. A bord, le capitaine Stefano Valente dirige depuis seize ans un équipage de onze marins. Il s'agit d'accueillir les invités de la marque et de les initier ainsi à l'héritage historique d'une marque italienne née des instruments de précision conçus pour la marine italienne. Mais cette année, «Eilean» renoue aussi avec

l'esprit de compétition, en revenant sur le circuit des régates classiques. L'idée n'est pas tant de battre des records («C'est un voilier de croisière, pas de course», sourit le capitaine), mais de griser les spectateurs à terre et les participants à bord par la vision presque irréaliste de ce deux-mâts volant sur les flots. La saison a débuté en mai au large de Viareggio, pour se poursuivre sur d'autres sites de Méditerranée, entre France, Italie et Espagne. Le programme se terminera sur la Côte d'Azur, fin septembre, avec Les Régates Royales de Cannes (du 19 au 26). «Grâce à son élégance intemporelle et à son passé riche en histoires, «Eilean» incarne parfaitement l'esprit durable d'aventure et de précision que notre maison a défendu depuis sa création», écrit Alessandro Ficarella, *chief marketing and heritage officer* chez Panerai. Ce retour très attendu dans le circuit des belles des mers, après huit ans d'absence, n'a rien d'un hasard: 2026 marque le nonantième anniversaire tant de sa première montre que de son navire emblématique. C'est en effet en 1936, à l'approche de la Seconde Guerre mondiale, que Giuseppe Panerai, déjà spécialisé en boussoles et profondimètres, réalise une montre adaptée aux plongeurs de la marine italienne, ces *Incursori* spécialisés en missions secrètes et nocturnes. Et voilà le premier prototype de la Radiomir, étanche et très lisible grâce à ses index luminescents. Une montre rend d'ailleurs hommage à cet illustre prédecesseur (*lire l'encadré*). Cette même année 1936 voit la construction, à Fairlie, en Ecosse, du ketch bermudien – soit deux mâts et des voiles triangulaires – conçu par une légende

en architecture navale, William Fife III. Le voilier – son nom signifie «Petite île» en gaélique – devient vite une légende, pour avoir traversé l'Atlantique 36 fois... et pour son apparition dans le clip «Rio» du groupe Duran Duran, en 1982. Il n'en finit pas moins abandonné, en piteux état, dans un port des Caraïbes.

La renaissance de ce joyau marin remonte à 2006, quand Angelo Bonati, passionné de voile et alors PDG de Panerai, le rachète et entreprend de le rénover dans les règles de l'art. Le sauvetage dans le chantier naval de Viareggio, en Italie, dure trois ans et permet de revaloriser un maximum d'éléments d'origine. Cette prouesse se ressent presque physiquement à bord, avec le soin infini porté à chaque détail. Pas étonnant que le voilier, monument flottant, inspire aussi moult modèles de Panerai. 🕒



FACE AUX EMBRUNS

Le modèle Radiomir Bronzo PAM00760 rend hommage à la «montre de capitaine» destinée à l'origine aux opérations navales. Le boîtier en bronze (47 mm) se patine au gré des aventures, le cadran vert dégradé, les aiguilles bleuies et les index luminescents rappellent l'héritage maritime de Panerai.

TON MAGAZINE LIFESTYLE TOUJOURS AVEC TOI



MODE ● AVENTURE ● BEAUTÉ ● DESIGN ● VOYAGES

www.encore-mag.ch





Avec Gold & Steel, Bvlgari associe l'or et l'acier, un must de la maison depuis les années 1970 (ici la montre Serpenti Tubogas Studs Capsule).

Valse à deux tons

PORTÉE PAR LE REVIVAL DES ANNÉES 1980, L'ALLIANCE DE L'OR ET DE L'ACIER, DU PRÉCIEUX ET DU FONCTIONNEL, S'IMPOSE À NOUVEAU.

TEXTE MATHILDE BINETRUY

EN AVRIL DERNIER, devant le stand Bvlgari de Watches & Wonders, un groupe de jeunes filles s'attarde devant les nouvelles Serpenti Tubogas Studs Capsule: bracelet flexible, motif clouté, cadrans en nacre serts de diamants. Il suffit de tendre l'oreille. «Oh, c'est la montre qu'il me faut. Elle est tellement revival.» Revival. Le mot est lâché. Et il dit peut-être tout du retour de la grande tendance du moment: le deux-tons. Longtemps associé aux années 1980 et à une certaine idée du luxe ostentatoire, le bicolore revient aujourd'hui sur le devant de la scène. Mais il ne s'agit pas de reproduire les modèles précédents à l'identique. « Depuis quelques années, il y a un vrai regard sur la culture d'hier », constate Gislain Aucremanne, directeur et curateur du département Patrimoine de Bvlgari. «Le passé rassure. On prend les éléments-clés d'hier ou ses icônes et on les réinterprète.» Le phénomène est aussi générationnel. «Les plus jeunes vont se tourner vers une époque qu'ils n'ont pas connue; les plus âgés vont se retourner vers ce passé qu'ils ont aimé», observe-t-il. Les années 1980 en sont un bon exemple: longtemps décriées, elles sont aujourd'hui redevenues une source d'inspiration.

Cette façon de regarder dans le rétroviseur n'est pas nouvelle. En histoire de l'art, elle renvoie au postmodernisme qui, après le choc

pétrolier des années 1970, a remis en question l'idée d'un progrès continu. «On s'est rendu compte que tout n'était pas à jeter à la poubelle dans une époque», résume Gislain Aucremanne. On retient ainsi la liberté, les couleurs et les formes des années 1970, sans nécessairement conserver ce qui les rendait moins glorieuses, comme la crise du quartz.

Le deux-tons appartient à cette relecture. Son principe est simple : faire dialoguer deux matières aux caractères opposés. L'or est précieux, chaleureux et lumineux; l'acier froid, graphique et fonctionnel. Accessoirement, le recours, ne serait-ce que ponctuel, à un matériau moins onéreux permet de maîtriser le coût des pièces luxueuses.

Chez Bvlgari, cette association relève d'une histoire ancienne. La maison mélange les métaux dès les années 1930, en joaillerie comme en horlogerie. Pendant les périodes de guerre et de rationnement, cette pratique répond aussi à une nécessité: comment continuer à créer lorsque certaines ressources, notamment les pierres de couleur, deviennent plus difficiles à obtenir? «Dans les périodes de difficultés, le manque de ressources ne veut pas dire manque de créativité. Au contraire, on invente, on compense, on trouve d'autres façons de faire», explique Gislain Aucremanne.

Dans les années 1970, l'acier s'impose également comme un choix esthétique. «On choisit l'acier pour sa lumière, mais aussi

pour être avant-gardiste», poursuit-il. Sa teinte permet de créer un contraste plus franc avec l'or. «Quand on mélange de l'or blanc avec de l'or rose, la différence de tons n'est pas flagrante. C'est ce qui nous mène vers l'acier, qui n'est pas blanc.» Cette approche trouve aujourd'hui une nouvelle expression avec la ligne Gold & Steel, dans les créations B.zero1 et Bvlgari Tubogas, mais aussi dans la collection horlogère Serpenti Tubogas Studs Capsule. Le duo devient ainsi un véritable vocabulaire esthétique.

D'autres maisons prestigieuses cultivent aussi cette association. Rolex en a fait depuis longtemps l'une de ses signatures avec le Rolesor, nom donné à cette combinaison dès 1933. En 2026, la nouvelle Oyster Perpetual 41 en propose une interprétation mesurée: l'or jaune se concentre sur la lunette et la couronne, tandis que le boîtier et le bracelet restent en Oystersteel. Chez Chopard, l'Alpine Eagle 33 associe le Lucent Steel, alliage exclusif de la maison, à l'or jaune éthique. Le boîtier et le bracelet sont en acier, tandis que l'or souligne certains détails. Piaget, de son côté, revisite les Swinging Sautiors de 1969 avec la montre Sixtie, dans une version mêlant acier et or rose, à la frontière entre horlogerie et joaillerie.

Superpositions à foison

Chaque marque s'approprie cette combinaison selon son propre vocabulaire: sportif chez Chopard, patrimonial chez Rolex, festif chez Piaget, plus expérimental chez Bvlgari. Une même idée, donc, mais des lectures très différentes.

Le phénomène dépasse d'ailleurs largement l'horlogerie. En joaillerie, le mélange des métaux est devenu une évidence. Or jaune, rose, ou blanc, argent et acier se portent désormais ensemble, là où le bon ton de jadis imposait de ne rien mélanger. Les bagues s'empilent, les bracelets se superposent, les chaînes se croisent. Le bijou se choisit moins pour l'harmonie que pour un reflet de la personnalité.

L'or et son éclat, l'acier et son esprit graphique: aucun ne cherche désormais à dominer. L'intérêt réside précisément dans leur différence. L'esthétique rétro est ainsi relue à travers le prisme du présent. C'est peut-être là que se trouve la modernité du deux-tons: non pas reproduire ce qui existait, mais savoir quoi en retenir. ☯



Glamour Les torsades d'acier du célèbre bracelet Cable se terminent par deux embouts en or jaune, mix de brut et de précieux. *David Yurman Classic Cable Bracelet, acier et or jaune, dès 900 fr. env.*

Chic Elle fait revivre les années 1970 à travers sa forme qui oscille entre trapèze, carré et coussin. *Piaget Montre Sixtie, mouvement quartz, acier et or rose, 12 500 fr.*

Intemporelle Deux matières, une montre mythique: pas mieux pour un 100^e anniversaire. *Rolex Oyster Perpetual 41, mouvement automatique, acier Oystersteel et or jaune, 9350 fr.*

Audacieux Ce bracelet réinvente le mariage de l'acier et de l'or jaune, où quand savoir-faire joaillier et audace stylistique ne font qu'un. *Bvlgari Tubogas, acier et or, 12 500 fr.*

Précieuse Tout son design est inspiré par la splendeur des Alpes et de l'aigle. *Chopard Alpine Eagle 33, mouvement automatique, or jaune éthique et Lucent Steel, 22 100 fr.*

Billes de longévité

LE NOUVEAU SUPER SERUM [10] DE NUXE PROPOSE UNE APPROCHE HOLISTIQUE, EN CORRIGEANT ET ANTICIPANT LES SIGNES DE L'ÂGE SUR LA PEAU.

TEXTE LA RÉDACTION



10 ACTIONS Dans une formule optimisée, fondée sur un brevet longévité exclusif, le Super Sérums [10] Longevity de NUXE propose d'agir à deux niveaux, en corrigeant les signes visibles de l'âge sur la peau et en retardant leur apparition. Le secret? L'accélération du renouvellement cellulaire de plus de 51%. Ce processus rend le soin pertinent pour toutes les femmes, quel que soit leur âge ou leur type de peau. Les études démontrent que le sérum réduit les taches et les rides, raffermi et repulpe la peau, ravive l'éclat, resserre les pores, hydrate, renforce, répare et protège l'épiderme. Que demander de plus?

4 ACTIFS La formule est à 96% d'origine naturelle et fait travailler en synergie quatre actifs clés. L'extrait de postbiotique marin, découvert en Polynésie, stimule le renouvellement cellulaire. L'acide hyaluronique pénètre en profondeur pour repulper l'épiderme. La niacinamide corrige les irrégularités du teint et révèle l'éclat. Le complexe végétal, infusé de cellules issues de l'edelweiss, agit comme un bouclier naturel grâce à sa puissante action antioxydante. Un quatuor de choc!

4800 MICROBILLES d'huiles végétales, dans chaque flacon de 30 ml, encapsulent les précieux actifs. Elles fondent sur la peau à l'application et procurent une sensation de douceur immédiate. Pour accompagner olfactivement cette sensualité, un discret sillage frais, qui évoque feuilles vertes, sève et tilleul.

LA MARQUE

NUXE est la contraction de nature et luxe, et tout a commencé par une fascination pour les plantes. Fille d'un pharmacien féru de formules naturelles, Aliza Jabès a travaillé comme analyste financière, avant de racheter un petit laboratoire parisien sur le déclin. NUXE est ainsi lancé au début des années nonante. Persuadée que les secrets de la cosmétologie moderne résident entre botanique et galénique, elle cherche des produits efficaces, sensoriels et simples d'utilisation, idéalement en un seul geste. Jeune maman à l'époque, elle connaît les contraintes des journées qui débordent... Mais, surtout, Aliza Jabès ressent le désir d'amener poésie et rêve dans l'univers pharmaceutique. La fameuse Huile Prodigueuse, lancée en 1991, incarne cette vision. Une huile sèche délicieuse à l'emploi, qui embellit, soigne et répare tant la peau du visage que celle du corps ou même les cheveux. Vendue une fois toutes les 5 secondes dans le monde, l'Huile Prodigueuse est un best-seller incontesté, qui a trouvé le chemin des salles de bain comme des cœurs.

LE LABORATOIRE

Depuis le lancement de NUXE, le laboratoire en est le cœur battant. L'équipe est basée à Boulogne-Billancourt, près de Paris, et intègre botanistes, biologistes cutanés, galénistes et parfumeurs. Le choix d'intégrer ce laboratoire à l'interne s'avère gagnant, avec près de 45 brevets déposés au fil des années. La production s'effectue aussi en France et le processus intègre une charte «Clean Beauty» stricte, soit une cosmétique qui bannit les produits controversés comme les silicones ou les huiles minérales, certifie scientifiquement la provenance et l'authenticité des produits botaniques et garantit une extraction respectueuse, sans solvants chimiques ni polluants. Le nouveau Super Serum [10] Longevity repose sur un procédé breveté de modulation protéomique globale, soit une réactivation de plus de 600 protéines qui tendent à devenir paresseuses avec l'âge. Le sérum s'intègre idéalement dans un rituel avec le Soins d'Exception Jour & Nuit de la gamme Merveillance Lift, ou, pour les peaux plus matures, de la gamme Nuxuriance Ultra Alfa [3R].





Chemise rayée en coton,
Maison Margiela.
Chemise en popeline de
coton, **Fendi.** Chemise
rayée en coton, **Emporio
Armani.** Chemise cropped
en coton, **Dries Van Noten.**
Montre Ingenieur Calendrier
Perpétuel 41, boîtier et
bracelet en titane, calendrier
perpétuel avec affichage de
la date, du jour, du mois, de
l'année bissextile et des
phases de lune, 41,6 mm,
mouvement manufacture à
remontage automatique,
IWC Schaffhausen.

RIGUEUR **GRAPHIQUE**
ODE AU MINIMALISME RÉFLÉCHI,
AVEC UNE PASSION POUR LA GÉOMÉTRIE.

PHOTOGRAPHE MARIE FLORES **STYLISME** SIMON PYLYSER **SET DESIGN** MARVIN DIGAN



Porte-cartes Double x The Darjeeling Limited en toile Damier Heritage, **Louis Vuitton**. Porte-cartes en toile Triomphe et veau, **Celine**. Porte-cartes en cuir, **Dries Van Noten**. Porte-carte FF en cuir grainé, **Fendi**. Montre Ingenieur Automatic 42, bracelet et boîtier en céramique, affichage de la date, 42 mm, mouvement manufacture à remontage automatique, **IWC Schaffhausen**.



Chaussettes avec motifs argyle, **Burlington**. Chaussettes à rayures fines, **Falke**. Chaussettes en laine, **Balenciaga**. Chaussettes en coton, **Fendi**.



Lunettes en acétate noir, **Boss**. Lunettes en acétate, **David Beckham**. Lunettes The Brazen, **Viu**. Lunettes en acétate, **Marc Jacobs**. Lunettes de soleil carrées LV Attitude en métal argenté, lunettes carrées LV Confidence en acétate argent et lunettes carrées LV Confidence en acétate noir, **Louis Vuitton**.



Cravates en soie, **Celine**. Cravates à rayures en soie, **Dries Van Noten**. Montre Ingenieur Automatic 35, bracelet et boîtier en acier fin, cadran bleu, affichage de la date, 35,1 mm, mouvement à remontage automatique, **IWC Schaffhausen**.

MOINS, MAIS MIEUX. Ou, en version originale, *weniger, aber besser*. Le célèbre designer allemand Dieter Rams résume à merveille cette idée d'esthétique fonctionnaliste. En gros, pourquoi diable s'embarrasser de fanfreluches superflues, d'ornements distrayants et de falbalas futiles quand la beauté d'un objet découle directement de son utilité? C'est là le secret de certains des plus emblématiques chefs-d'œuvre du design, de la mode comme de l'architecture. On pense à la Villa Savoye de Le Corbusier, ou à la chaise Wassily de Marcel Breuer, au hasard. En version vestimentaire, cette approche s'incarne en un minimalisme assumé, qui met en valeur la rigueur graphique et – parfois – l'expression d'un détail très couture que seuls les plus observateurs remarqueront. Ici, une pointe de couleur. Là, une rayure qui sort légèrement du cadre. Ailleurs, un logo ou un monogramme joliment retravaillé sur un discret porte-cartes. Le *quiet luxury* n'a pas dit son dernier mot.

Les amateurs de belle horlogerie discernent là aussi la vision de Gérald Genta, qui a conçu des montres iconiques pour les plus grands noms du milieu et imagina aussi la première Ingenieur SL

pour la maison IWC Schaffhausen, en 1976. La collection n'a cessé depuis de s'enrichir, en respectant toujours l'héritage du maître. Car l'art ultime du graphisme minimaliste réside dans l'accessoire, qu'il se porte sur le bout du nez, aux pieds, autour du cou, au poignet... ou au fond de sa poche. ☺

L'INGENIEUR, TOUJOURS

Modèle iconique de la maison IWC Schaffhausen, le modèle Ingenieur SL est imaginé en 1976 par Gérald Genta, le «Fabergé des montres» selon Christie's. Si le design de l'Ingenieur SL, avec ses cinq vis polygonales, son bracelet intégré et son cadran texturé en damier, est immédiatement reconnaissable, IWC Schaffhausen a élargi les déclinaisons de la mythique montre: elle se décline dorénavant en divers matériaux – de l'or rose à l'acier fin en passant par la céramique – et un choix de diamètres pour tous les goûts et poignets, de 35 à 42 mm. Niveau complications, une version calendrier perpétuel avec phases de lune vient enrichir la collection, ainsi qu'un modèle Tourbillon. L'Ingenieur SL constitue aujourd'hui l'un des piliers – le pilier chic et couture – d'IWC.



La rose de Granville, fleur signature de Dior Prestige.

Frais comme **une rose**

LONGTEMPS APPRÉCIÉE POUR SES VERTUS APAISANTES, LA ROSE RÉVÈLE UNE RICHESSE INSOUÇONNÉE: DERRIÈRE SES PÉTALES SE CACHE **UN ÉTONNANT RÉSERVOIR DE MOLÉCULES.**

TEXTE JULIE QUELOZ

GRANVILLE, EN NORMANDIE. Ici, les rafales venues de la Manche font ployer les tiges, les pluies battantes alourdissent les pétales. Nulle trace de serre au microclimat parfaitement maîtrisé. La rose de Granville grandit au contact des éléments, dans un environnement exigeant qui la pousse à activer ses propres mécanismes de survie. Là où la majorité des horticulteurs chercheraient à protéger les plantes des éléments hostiles, Dior fait le pari inverse. «Ces conditions climatiques représentent un stress pour la rose qui nous est extrêmement bénéfique, car il pousse la plante à produire

davantage de molécules bioactives», explique Lorène Gourguillon, docteure en phytochimie et biotechnologies végétales. Une philosophie qui réoriente la recherche menée par la maison Dior depuis plus de vingt ans sur les vertus de cette fleur pas tout à fait comme les autres, si précieuse en cosmétologie. Ces molécules dites «bioactives» sont des composés naturellement produits par la plante. Vent, pluie, variations de température ou attaques de micro-organismes déclenchent une série de réactions biologiques destinées à protéger la rose. «Nous pratiquons une agriculture régénératrice. La rose se défend naturellement, elle produit les molécules que nous recherchons aujourd’hui pour leurs

La rose est un système vivant d'une **remarquable complexité.**

propriétés biologiques», résume Lorène Gourguillon. Une fois extraites, certaines de ces molécules conservent une activité biologique et sont capables d’interagir avec les cellules de la peau, en participant notamment à leur protection, à leur réparation ou à leur renouvellement.

À titre d'exemple, l'extrait de fruit de la rose de Granville se serait montré jusqu'à six fois plus efficace que la vitamine C pour stimuler la production de collagène I, garant de la fermeté et de la résistance de la peau. Les extraits issus des pétales et de la tige auraient, eux, surpassé le rétinol sur plusieurs marqueurs associés à la qualité de la peau.

Un parfum si discret

Pourtant, demandez à un parfumeur ce qu'il pense de la rose de Granville. Il vous répondra qu'elle ne présente guère d'intérêt. En effet, son parfum, discret, ne dégage ni la richesse ni la puissance recherchées pour composer une fragrance. Son atout est autre. «La rose de Granville est bien plus qu'une rose. Et elle a encore énormément de choses à nous révéler dans l'univers de la cosmétique», affirme Marie Videau, présidente de LVMH Recherche. Lorène Gourguillon soutient: «La rose de Granville est un formidable réservoir de molécules, et nous continuons à l'explorer.»

Si Christian Dior chérissait cette fleur de son vivant, ce n'est que bien plus tard que cette variété est développée scientifiquement. Tout débute au début des années 2000, après sept hybridations successives et plus de dix années de sélection. L'objectif est inédit: créer la première variété de rose développée exclusivement pour les soins cosmétiques Dior. Aujourd'hui, près de 50 000 rosiers s'épanouissent sur sept hectares, ce qui permet à la maison française une maîtrise complète de la chaîne de production, de la culture jusqu'à l'extraction des molécules.

Longtemps, les chercheurs se sont concentrés sur les molécules produites par la plante et sur leurs bénéfices potentiels pour la peau. Désormais, ils cherchent avant tout à comprendre pourquoi la rose fabrique ces composés et quels mécanismes biologiques sont à l'origine de leur apparition. «C'est un peu comme chez l'être humain: lorsqu'on fait du sport, on inflige un stress à son organisme, mais c'est précisément ce qui lui permet de devenir plus résistant», illustre Vadim Gladyshev, professeur de médecine et spécialiste des mécanismes de la longévité. Ce stress devient ainsi un moteur capable de renforcer la richesse moléculaire de la plante.

À ce jour, la rose de Granville a révélé vingt-deux micronutriments, mais les chercheurs considèrent n'en avoir exploré qu'une infime partie. «Nous explorons la phytochimie de chacun des organes de la rose: les pétales, les fruits, la tige... Chacun possède des propriétés biologiques remarquables», poursuit Marie Videau.

Au-delà des pétales

Les premiers travaux se sont naturellement concentrés sur les pétales. Leur richesse en molécules protectrices en faisait une source privilégiée pour les premiers soins de la gamme Prestige Dior. Mais les pétales ne racontent qu'une partie de l'histoire. L'attention se porte ensuite sur le cynorrhodon, le fruit de la rose. Lui aussi révèle une signature moléculaire spécifique. Au lieu de rechercher un actif unique capable de tout accomplir, les chercheurs étudient la complémentarité des différents organes.

Cette logique conduit vers un territoire encore plus exclusif: le microbiote. Oui, les roses aussi ont leur microbiote! À la surface de chaque fleur vivent naturellement des micro-organismes qui participent à son équilibre. En 2022, ces recherches donnent naissance aux Rosabiotics, un complexe inspiré de cet écosystème invisible. Pour la première fois, l'intérêt ne réside plus uniquement dans la plante elle-même, mais aussi dans les interactions qu'elle entretient avec son environnement.

Au fil des années, Dior constitue une sorte de bibliothèque de la rose de Granville. En une décennie, dix extraits distincts sont développés, chacun révélant une facette différente. Les recherches se penchent sur les synergies capables d'amplifier leurs effets. «Chaque organe possède une empreinte moléculaire unique et des activités biologiques différentes. Nous les analysons individuellement avant d'explorer les bénéfices de leur combinaison », explique Marie Videau.



Tige, fleur ou fruit: tout est bon dans la rose de Granville.

La dernière avancée scientifique est venue d'une partie longtemps négligée: la tige. Derrière son apparente simplicité se cache une architecture complexe, riche en molécules. Pour les atteindre, les chercheurs ont dû mettre au point une nouvelle méthode d'extraction enzymatique. Sans entrer dans les détails, cette technique «casse» les parois cellulaires de la tige afin de libérer des molécules jusque-là inaccessibles. Ces travaux permettent d'identifier de nouveaux composés riches en molécules structurales, essentielles à la solidité et à la résistance naturelle de la rose. Une découverte qui ouvre un nouveau chapitre d'actifs. En associant les connaissances acquises sur les pétales, le fruit, le microbiote et désormais la tige, Dior a développé RosaPeptide III. «Ce nouveau complexe est trois fois plus concentré en matières premières issues de la rose que la génération précédente», explique Lorène Gourguillon.

Cette innovation constitue le cœur de la nouvelle crème Prestige et marque une nouvelle étape dans la compréhension de la rose de Granville. La fleur n'est plus envisagée comme un réservoir d'actifs, mais comme un système vivant d'une remarquable complexité, dont les scientifiques continuent encore aujourd'hui de décrypter les secrets. À croire que, chaque fois qu'ils pensent avoir fait le tour de la question, la rose leur répond, taquine: «Vous n'avez encore rien vu.»

À chacun sa rose

Si Dior beauté poursuit passionnément l'exploration de sa rose fé-tiche, la maison de cosmétique n'est pas la seule à recourir aux vertus de la reine des fleurs pour ses formulations. La plus proche dans sa démarche est sans doute Lancôme. Avec sa gamme Absolue, la marque concentre depuis plusieurs années ses recherches sur la rose Perpétuelle Absolue, cultivée au domaine de la Rose, à Grasse. Les chercheurs y explorent les différents stades de floraison de la plante et développent des procédés d'extraction visant à préserver au mieux ses molécules actives. Sisley a fait de la rose noire la signature de sa ligne Black Rose, où elle est associée à d'autres variétés pour leurs effets repulpants, antioxydants et illuminateurs. D'autres marques, comme Weleda ou Dr. Hauschka, mettent davantage en avant les propriétés apaisantes, équilibrantes et protectrices de la fleur, notamment à travers des soins destinés aux peaux sensibles.



Soin de jour lissant, rose musquée et thé blanc, 40 ml, 25 fr.10. **Weleda.** Crème fondante régénérante illuminatrice Absolue, aux grands extraits de rose, 60 ml, env. 290 fr., **Lancôme.** Huile Précieuse à la rose noire, 25 ml, 226 fr., **Sisley.** Crème de jour à la rose, 30 ml, 35 fr. 95, **Dr. Hauschka.**



LA CRÈME DE LA CRÈME

Dior Prestige s'offre une nouvelle jeunesse avec une formule anti-âge qui revitalise les cellules. Au cœur de ce nouveau soin, le Rosapeptide-3 et la précieuse rose de Granville.



Riches en fruits et gourmands, certains parfums adoucissent les adieux à l'été.

Souvenirs fruitiers

ALORS QUE LA SAISON DES RÉCOLTES ET DES VENDANGES BAT SON PLEIN, TOUTE UNE GAMME DE PARFUMS GORGÉS DE FRUITS PROLONGENT L'ÉTÉ À MÊME LA PEAU.

TEXTE TINA BREMER

PRUNIERS, POIRIERS et autres figuiers offrent leurs fruits appétissants, malgré un été exceptionnellement sec. Les étals du marché débordent de pommes et de coings, on récolte les dernières céréales dans les champs, et les vendanges ont déjà commencé dans certains vignobles. La fin de la belle saison ressemble à une table dressée généreusement, où l'on sert tout ce qui a mûri au cours des derniers mois, alors que le soleil était haut dans le ciel. La saison des récoltes marque le passage de l'été à l'automne. Les dernières journées chaudes s'annoncent déjà, les nuits se rafraîchissent et, bientôt, les balades ensoleillées à travers vergers et campagnes ne seront plus qu'un souvenir. Mais il n'y a pas lieu de se morfondre. Les parfums, débordants d'arômes de framboises, de groseilles, de prunes et d'oranges,

adoucissent les adieux à l'été. Un souvenir olfactif de la plus belle période de l'année, fruité et séduisant, à porter à même la peau. Des effluves à croquer qui ne contiennent certes pas de vitamines, mais une simple vaporisation suffit pour nous transporter en pensée au milieu des pommiers et des citronniers en fleurs. Crainte que ces eaux fruitées ne soient réservées qu'aux plus gourmands? Pas de quoi s'inquiéter. Dans ces nouveaux parfums, les notes sucrées sont harmonieusement équilibrées. Des accords boisés, du musc ou des épices veillent à ce que les parfums restent pétillants et frais, tout en gagnant en profondeur. Chasing Sunsets, de Maison Margiela, associe par exemple la mangue au bois de santal, le nouveau parfum Burberry Her marie la cerise à l'ambre, tandis que dans le Rare Beginnings de Rare Beauty, la poire s'associe à la pistache. Et le meilleur dans tout ça? Ces petites bombes fruitées ne laissent assurément pas les doigts collants. ☺



De gauche à droite: Le parfum unisexe Taormina Orange envoûte avec ses notes d'orange sanguine, de mandarine verte et de cardamome, 30ml, 170 fr., **Tom Ford**. Dans Chance Eau Splendide, des accords de framboise se marient au bois de cèdre et à l'iris. Désormais disponible en flacons de 35 ml ou 150 ml, dès 105 fr., **Chanel**. Une touche d'exotisme à vaporiser: Power of You, aux arômes de maracuja et de fruit de la passion, 30 ml, env. 85 fr., **Emporio Armani**. Avec ses notes de framboises écrasées, d'huile de mandarine, de noix de coco et de lavande, Libre Berry Crush ressemble à la recette d'un cocktail fruité, 50 ml, 163 fr., **YSL Beauty**. Le cassis noir confère à la rose de Damas de ce Cœur Fou une acidité pétillante. Ce parfum fait partie de «la Collection particulière», disponible dès la fin de l'automne en Suisse, en exclusivité au Globus de Zurich, 100 ml, env. 290 fr., **Givenchy**. Dans le parfum Velvet Steps, la richesse des prunes italiennes se marie au labdanum espagnol, 100 ml, env. 250 fr., **Bottega Veneta**.



Pierre Gasly

LA VITESSE, ÇA LE CONNAÎT. **LE PILOTE DE F1** CULTIVE LE GOÛT DE L'ADRÉNALINE ET SON QUOTIDIEN EST UN TOURBILLON, TOUT COMME LA MONTRE À SON POIGNET.

PROPOS RECUEILLIS PAR MATHILDE BINETRUY

L FAUT MARCHER près de 3 kilomètres depuis le parking pour atteindre l'entrée des paddocks de Silverstone, mais personne ne songe à se plaindre. La foule avance avec une même ambition: croiser un pilote, arracher un autographe ou une photo souvenir. En Angleterre, le temple de la Formule 1 ne désemplit pas. De son motorhome Alpine, Pierre Gasly observe cette agitation avec recul. À 30 ans, le Normand sait que son sport dépasse largement le cadre du pilotage: il fabrique des héros. Cette ferveur ne l'intimide pas. Chez les Gasly, la course est une histoire de famille. Son grand-père, son père et ses frères ont pratiqué le karting. Lui en fera une carrière. À 9 ans, il partage déjà la piste avec un autre jeune talent, Charles Leclerc. Les deux hommes grandissent ensemble, entre compétitions, jeux vidéo et passion commune pour les animaux. Sur le bitume, en revanche, l'amitié s'efface devant la compétition.

La mécanique, c'est quelque chose qui vous fascine...
Il y a quelque chose de très proche entre une

Formule 1 et une belle montre: derrière l'objet, il y a des heures de travail, une recherche permanente de précision, des détails que l'on ne voit pas forcément au premier regard. J'aime cette idée qu'un objet puisse raconter une histoire, comme **ma Streamliner Tourbillon (1)** créée avec H. Moser & Cie. Il y a quelque chose d'hypnotique dans ce mouvement constant.

Vous avez un rituel avant une course?
J'ai besoin de me retrouver seul, de me mettre dans ma bulle. La musique m'aide à atteindre cet état de concentration. La playlist change souvent, mais certains artistes reviennent régulièrement, comme **50 Cent (2)**.

Vous avez un refuge secret?
Tout a commencé en **Normandie (3)**, là où j'ai grandi, avec ma famille. La région a un côté authentique, simple. Elle me rappelle d'où je viens et m'aide à garder les pieds sur terre, surtout dans un univers aussi exposé que la Formule 1.

Quel est votre premier souvenir de pilote?
J'avais 6 ans. Je me souviens surtout d'une sensation: celle d'avoir trouvé quelque chose qui me correspondait immédiatement. La vitesse, l'adrénaline, le plaisir de chercher la limite... Dès le premier tour, j'ai su que je voulais faire ça. Ensuite, tout s'est construit progressivement, avec le soutien de ma famille. Mon premier kart, je l'ai eu au pied du sapin de Noël. Et j'ai admiré les luttes entre des pilotes comme **Ayrton Senna (5)** et Alain Prost.

La plupart des pilotes de F1 vivent à Monaco, vous avez choisi Milan (6)...
J'aime profondément la culture italienne, le rapport à la famille, au goût des choses bien faites. Milan est aussi une ville créative, liée au design, au sport et à la gastronomie – j'adore notamment **le restaurant Joia (4)**.

Une ville liée à la mode aussi!
Bien sûr! J'aime la mode, je suis d'ailleurs de près de belles maisons, comme **Givenchy (6)** ou Gucci. ☺





CHANEL