encore!
MERVEILLES

MONTRES
PUISSANTS TOURS DE VIS

ÉCOSSE
CES TARTANS QUI RACONTENT LE PAYSAGE



MODE
QUAND LES MANTEAUX SORTENT LE GRAND JEU

NOVEMBRE 2026
Le Matin Dimanche


ROLEX
OYSTER PERPETUAL
DATEJUST
28
SUPERLATIVE CHRONOMETER
OFFICIALLY CERTIFIED
SWISS MADE

REACH FOR THE CROWN

LA LADY-DATEJUST

BUCHERER
1888

ROLEX



Collection Deux Papillons
Bague Entre les Doigts

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme depuis 1906

Genève - Zürich - Lucerne


Avec Yves Salomon, la fourrure autrement. **P. 18**


De petits cadeaux qui donnent le sourire. **P. 34**


Reportage en Ecosse, terre de tweed et de tartan. **P. 30**

MERVEILLES | NOVEMBRE 2026

SUJETS

14 Swiss Made
Chez Bamix, le plus petit robot de cuisine du monde

16 Montres
Les vis apparentes, éléments techniques ô combien désirables

36 Automobile
Les phares sortent le grand jeu

38 Beauté
Too much blush? la contre-tendance est arrivée

RUBRIQUES

6 Merveilles: mode brute, neige de luxe et nuit à Venise 12 Trend: la cérémonie du tourne-disque 37 Design: l'assise se fait sculpture 39 Ses goûts: le chef Markus Stöckle


Robe-manteau en polyester, ***Pleats Please Issey Miyake.*** **P. 22**



COUVERTURE

Manteau long en laine et chapeau en cuir, ***Balenciaga.*** Broche, platine et opale taille cabochon, 343 diamants taille brillant et 28 diamants taille baguette, trois bagues solitaires collection Joy, or blanc, avec diamant en taille poire, émeraude et brillant, ***Bucherer Fine Jewellery.***

En haut au centre
Figurine babyfoot en bois peint, ***Pichichi*** chez Le Rocketship (Paris). Carnet A6, chez Le Papier Tigre (Paris). Echantillon de peinture Carmine (189), ***Little Greene.*** Carnet A5, ***Leuchtturm1917.*** Broche oiseau, chez Le Rocketship. Chouchou Flamenco en laine, ***Emile et Ida.*** Mug de voyage Nespresso x Swarowski, édition limitée, ***Nespresso.***

Douceur, s'il vous plaît!

Rien de flagrant à l'œil nu. Mais au cou, quelle différence! Quelle sensation... Sous les ciels forcément changeants de l'Ecosse, les pérégrinations entre filatures artisanales (*lire en p. 30*) incitent à essayer écharpe après écharpe, châle après cape (non: pas d'achat de kilt à signaler!). La peau de la nuque est formelle: elle identifie instantanément le plus fin des alpagas et frissonne d'aise au contact délicieux des textiles tissés main. Voilà sans doute la plus merveilleuse des merveilles: celle que l'on porte sur soi, comme un doudou qui console (un peu...) des possibles aléas de la vie. Les belles matières relèvent du luxe ultime, elles qui insufflent ce sentiment de trésor intime et enveloppant, qui donnent force et confiance.


Renata Libal,
rédactrice en chef

Dans le registre volupté, on peut admirer ou pas la fourrure, désirer en porter ou pas, mais on ne peut qu'acquiescer quand le fourreur Yves Salomon (le dernier grand nom du secteur – lire l'entretien en p. 18) souligne que rien ne peut égaler la sensualité de cette texture.

Appel à la caresse... Mais le contre-la-peau n'est pas le seul moyen de faire le plein de douceur. Nos pages d'accessoires (p.34) proposent aussi une foule de petits riens, à glisser dans son sac ou dans le tiroir du bureau, qui apportent cette bouffée de tendresse à même d'émollier le cœur. Un carnet délicat, un grigri... Je garde ainsi, dans une poche de veste, un carré au tricot en coton, offert l'été dernier par une fillette. C'est un rappel de prière. Je ne suis pas plus croyante que cela, mais palper ces mailles maladroites m'apaise et me dessine un sourire. Merci à elle.

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

PHOTOS: TORVIOLL JASHARI, LAURENT HUMBERT, SHERAZ DEBBICH, MARIE FLORES, FRAN MART

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 **Edition:** Julien Ossola **Mise en pages:** Géraldine Dura (directrice artistique) **Image:** Endrit Nurcaj **Ont participé à ce numéro: Textes:** Silke Bender, Mathilde Binetruy, Peter Jauch, Tina Bremer, Endrit Nurcaj, Simon Pylyser, Julie Queloz, Nina Treml **Photos:** Marie Flores, Laurent Humbert, Marvin Zilm **Illustrations:** Romain Lier **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 Zürich 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 Espace AG, Tamedia Finanz und Wirtschaft AG, Tamedia Publications romandes SA, Tamedia Publikationen Deutschschweiz AG, Thuner Amtsanzeiger, TicinOnline SA, TVtäglich, TX Services d.o.o. Beograd-Novi Beograd, TX SERVICES, UNIPESSOAL 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.

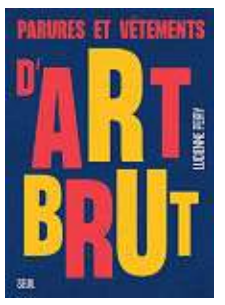


Une veste travaillée sans relâche par l'Américain **Charlie Logan.**

LIVRE

Beau à l'âme

Rapiécés, récupérés, détournés, sublimés, brodés… ces vêtements-là font davantage que raconter une histoire. Ils dévoilent des vies. Celles de personnes qui ont, d'une manière ou d'une autre, vécu dans la marge. Ancienne directrice du Musée de l'Art brut de Lausanne, Lucienne Peiry braque les projecteurs sur une petite vingtaine d'hommes et de femmes du monde entier qui ont réalisé des costumes et des parures à la très forte portée symbolique. Chaussures à ressorts pour s'envoler, robe de mariée destinée à des noces improbables, manteau brodé à porter dans l'au-delà ou «simple» gilet orné de centaines de symboles et d'abréviations a priori mystérieuses (*photo*), cet ouvrage passionnant évoque le domaine ô combien foisonnant de l'Art brut par la lorgnette de l'habit, un domaine encore peu documenté, voire invisibilisé. Jubilation, ironie ou rébellion: comme le dit l'autrice, éminente spécialiste du sujet, «ces théâtres intimes ont valeur de résistance». Poétique à souhait. *Julien Pidoux*



L'art brut par le prisme de l'habit.

«Parures et vêtements d'Art brut», Lucienne Peiry, Editions du Seuil



ACCESSOIRE

Ecrin **malin**

Quel objet avons-nous encore plus souvent en main que notre sac? Notre smartphone, bien sûr! Après les porte-clés pensés pour garder son gloss Dior tout proche, la maison imagine un médaillon qui se fixe au dos du smartphone. A l'intérieur, un baume à lèvres qui s'applique au doigt. L'écrin pourrait bien se glisser sur les prochains selfies devant le miroir, lèvres subtilement satinées. *J.Q.*

Dior Médaillon, baume à lèvres hydratant 24 h avec fini pailleté, env. 95 fr., Dior.



BIJOU

Nouvelle **demeure**

Van Cleef & Arpels voit les choses en grand avec sa nouvelle boutique genevoise. Au 23, rue du Rhône, sa façade vitrée décline le célèbre monogramme dans un jeu de noir, de doré et de verre à bulles. A l'intérieur, un lustre monumental en verre de Murano surplombe l'entrée, tandis qu'un bar lounge invite à faire une pause avec vue sur le Léman. Salons feutrés et bibliothèques prolongent cette atmosphère précieuse. Jusqu'au 31 mars 2027, l'exposition «Un répertoire couture selon Van Cleef & Arpels» dévoile des pièces emblématiques de la maison, dont le collier Chaîne V de 1955 en or jaune, composé d'une maille en or jaune qui reprend le motif en V du sergé. Rétro? Certaines pièces n'ont jamais cessé d'être modernes! *J.Q.*

Boutique Van Cleef & Arpels, rue du Rhône 23, Genève. L'expo est ouverte en semaine de 10h à 18h30, le samedi jusqu'à 18h.



CHAMPAGNE

Une cuvée pour Louise

Créée par Alain de Polignac, huitième chef de cave de Pommery, la Cuvée Louise rend hommage à son arrière-grand-mère Louise, fille de Madame Pommery. Le premier millésime, 1979, est commercialisé en 1984. Avec ce 2008, Clément Pierlot, dixième chef de cave de la maison, signe le vingtième millésime de cette cuvée de prestige. Le chardonnay domine toujours l'assemblage, dont les raisins proviennent depuis l'origine des trois grands crus d'Avize, de Cramant et d'Aÿ. A table, ses arômes s'accordent avec les poissons à chair blanche, les plats accompagnés d'une sauce aux morilles, un comté ou un gruyère bien affiné. En bouche, l'abricot sec et le coing se mêlent à de fines notes de noix. Un nectar qui mérite un grand verre à vin pour s'ouvrir pleinement. *Peter Jauch*

Cuvée Louise, champagne millésime 2008, Pommery

PHOTOS: PIERO FUMAGALLI, KRISTEN PELOU, DR DIOR BEAUTÉ, DR BREGUET, DR FOUR SEASONS HOTEL DANIELI, DR CARAN D'ACHE

HÔTEL

Un matin à **Venise**

Pour comprendre la nouvelle gamme chromatique de l'hôtel Danieli, il faudrait se lever tôt. C'est le conseil de Pierre-Yves Rochon, architecte d'intérieur, chargé de redessiner les intérieurs de cette adresse mythique de Venise. Non pas la Venise des cartes postales, saturée de soleil et de reflets dorés, mais celle des premières heures du jour, lorsque la lagune se pare de bleus délavés, de verts céladon et de roses poudrés. Une ville en aquarelle, dont le décor semble encore hésiter entre le rêve et le réveil. C'est cette lumière-là qui imprègne désormais l'établissement qui rouvre ses portes sous l'enseigne Four Seasons. Derrière cette nouvelle identité, le chantier était autant hôtelier qu'esthétique. Il s'agissait de réunir trois palais historiques, dont le Palazzo Dandolo, édifié en 1471, en une seule adresse cohérente, tout en les faisant entrer dans les standards d'exigence du célèbre groupe. Un exercice d'équilibrisme, entre la préservation d'un patrimoine vénitien exceptionnel et les attentes d'une clientèle internationale habituée à un certain niveau de service. Dorures restaurées, escalier monumental, colonnes et miroirs vénitiens rappellent la grandeur des lieux, tandis que les tissus Rubelli, le verre de Murano et les nouvelles tonalités allègent l'ensemble. Le passé demeure, sans se transformer en décor de théâtre. Car le véritable luxe se joue aussi dans l'intimité. Ici, les chambres et les suites ont été pensées moins comme des espaces hôteliers que comme des appartements, avec des pièces distinctes, des espaces de vie et une séparation plus nette des fonctions. L'idée est simple: permettre aux hôtes de retrouver leurs habitudes, de s'installer, de vivre les lieux plutôt que d'y séjourner. Le fameux *home away from home*, formule souvent galvaudée, prend ici un sens concret. On ne vient pas seulement dormir dans un palais, mais s'y sentir chez soi. La restauration se poursuivra en 2027 avec la réouverture du troisième palais, qui portera la capacité de l'hôtel à 168 chambres et suites. D'ici là, le Danieli aura déjà réussi l'essentiel. Changer d'époque sans perdre son âme. *Endrit Nurcaj*

Danieli, Hotel Four Seasons, Riva degli Schiavoni 4196, 30122 Venise



La pièce à vivre de la Lagoon View Suite, imaginée par le designer **Pierre-Yves Rochon.**

MONTRE

Tourbillon d'émotions



Le tourbillon est à l'horlogerie ce que Roger Federer est au tennis et Heidi aux Alpes: une légende. Sa mission? Défier la gravité. Son obsession? La précision. Tout commence en 1801. Abraham-Louis Breguet dépose alors le brevet de sa cage tournante, conçue pour compenser les écarts de marche de la montre. Une invention qui change la donne et inscrit le tourbillon dans l'histoire. Depuis, la complication est un terrain d'expérimentations infinies, un concentré de mécanique, à la croisée de la science et de l'art. «Le mot lui-même de tourbillon possède une connotation astronomique, explique Gregory Kissling, CEO de la marque. Il évoque à la fois le cœur de l'excellence chronométrique et le système solaire, tel qu'on le cartographiait au XVIIIe siècle.» Aujourd'hui, Breguet pousse l'exercice plus loin avec une interprétation aérienne et mystérieuse: un tourbillon volant qui semble flotter sur un cadran en aventurine. Deux cent vingt-cinq ans après son brevet, la fascination demeure intacte. La gravité n'a qu'à bien se tenir. *M.B.*

Breguet Classique Tourbillon Sidéral, platine, 38 mm, automatique, étanche 30 m, prix sur demande



PAPETERIE

Toile locale

Un petit air de Genève s'invite sur les pages, entre voiliers sur le Léman, façades historiques et paysages dessinés à l'encre bleue. Avec sa collection Toile de Jouy, Caran d'Ache transforme ses carnets en souvenirs à portée de main. *E.N.*

Carnet A5 Toile de Jouy Geneva Edition, 15 fr., Caran d'Ache



Les Candy Cubes de Sabine Marcelis, à la frontière entre sculture et mobilier contemporain.

EXPOSITION

Jeux de couleurs

Plus la fin de l'année approche, plus les journées s'assombrissent. L'exposition de Sabine Marcelis au Museum für Gestaltung de Zurich, source de bonne humeur, tombe donc à point nommé. Cette Néerlandaise compte parmi les créatrices les plus influentes de notre époque. Ses créations, en résine synthétique ou en verre, brillent et reflètent la lumière. Depuis la création de son studio à Rotterdam en 2011, les marques de luxe se bousculent pour collaborer avec cette créatrice de 41 ans, de Fendi à Celine en passant par Burberry. L'exposition présente des œuvres phares telles que les Candy Cubes (*photo*), mais n'est délibérément pas conçue comme une rétrospective. Elle vise plutôt à montrer «comment, dans mon studio, nous abordons la lumière, les matériaux et la couleur, et comment nous les explorons de manière ludique», explique l'artiste. On peut y découvrir des meubles, des luminaires et des miroirs, ainsi qu'une installation spécialement conçue pour l'exposition. Une fête pour les sens. *Tina Bremer*

«Sabine Marcelis-Light and Color», au Museum für Gestaltung de Zurich (Toni-Areal) jusqu'au 4 avril 2027



HAUTE JOAILLERIE

Ombre et lumière

Au cœur de la vallée de Joux, la forêt du Risoud se dessine sous un ciel assombri. C'est dans cette atmosphère mystérieuse que la maison horlogère Audemars Piguet, si célèbre pour sa Royal Oak, puise l'inspiration de sa collection *Risoud Eclipse*, une création de haute joaillerie où le titane noir contraste avec le vert profond des émeraudes, entourées de diamants. Un jeu d'ombres et de lumière qui transpose la beauté brute des paysages jurassiens en composition précieuse. *E.N*

Audemars Piguet, collection Risoud Eclipse, réalisées sur commande et confectionnées en exemplaire unique.



PARFUM

Sortir les griffes

Et quelles griffes! Pour les Fêtes, le créateur de mode suisse Kévin Germanier habille le flacon aux abeilles de Guerlain de piques colorées (et upcyclées, naturellement), puis y ajoute une subtilité: la manchette se détache du flacon pour se porter au poignet, brouillant les frontières entre beauté et couture. *J.Q.*

Imagine Guerlain, édition Fêtes 2026, limitée à 2551 exemplaires, env. 820 fr., *guerlain.com*

INTELLIGENCE ARTISANALE



A fleur de plume

PAR ENDRIT NURCAJ



Trois millimètres. Pas un de plus. C'est l'épaisseur maximale dont dispose Julien Vermeulen pour insérer un serpent sous le verre d'une montre. Pour Feathersnake, imaginé avec l'horloger suisse Vacheron Constantin, l'artisan français s'est lancé dans un défi dont il ne pouvait garantir l'issue: faire naître un serpent aux écailles irisées de bleu, de vert et de violet, à partir de plumes d'oiseau. Il y est parvenu en travaillant en apnée – pas un souffle dans l'air – tout juste si les battements de son cœur ne le déconcentraient pas... Et plus de quatre heures par jour!

C'est dans les ateliers de Jean Paul Gaultier que Julien Vermeulen a appris à travailler la plume, matière spectaculaire dont il connaît les caprices. Pour ce projet horloger, il choisit le lophophore resplendissant, une sorte de faisan de l'Himalaya dont le plumage accroche la lumière. Les plumes, recueillies une à une à leur chute naturelle, arrivent sur sa table chargées de leurs reflets. Mais comment découper une écaille dans tant de fibres parallèles? L'artisan colle la plume sur une feuille de papier, pour en tailler les formes à volonté. Encore faut-il l'outil adapté: ses ciseaux sont trop grands pour une telle échelle. Il aiguise alors une aiguille pour en faire un scalpel miniature, capable de découper chaque écaille avec une précision extrême. Le serpent se construit, écaille après écaille. Comme les tuiles d'un toit, chacune recouvre la précédente. Partant du bas et remontant vers la tête. Impossible de revenir en arrière sans tout défaire.

Au début, les grandes plumes se superposent facilement. Puis vient le ventre, avec ses écailles plus plates et allongées. La première jonction l'inquiète. Les courbes rentrantes lui donnent du fil à retordre. Il faut plier chaque plume pour qu'elle épouse le creux. Et autour de l'œil, en or et en émail, ménager une ouverture sans briser le dessin. À chaque obstacle, le même doute: est-ce seulement possible? Pendant un an et demi, le projet avance par essais et incertitudes. Trois millimètres, trois millimètre seulement, pour ce serpent... Jusqu'à la pointe du museau, le plumassier n'est pas certain de réussir. Ce qui était initialement prévu comme un prototype est devenu l'œuvre finale, logée sous le verre de la montre, impossible à répliquer. Chaque écaille est le fruit d'un geste patient, d'une décision prise à l'œil nu, d'une matière à suivre plutôt qu'à dompter.

PHOTO: PIM TOP, DR GUERLAIN, DR VACHERON CONSTANTIN, DR AUDEMARS PIGUET

Bird on a Rock by Tiffany

Un cadeau qui célèbre l'optimisme vibrant de l'amour.

Tiffany.com | © 2026 T&CO. Jean Schlumberger by Tiffany & Co.™

Avec Amour, Depuis 1837 TIFFANY&CO.

La collection **Coco Neige 2026** ajoute une touche de rouge dans la poudreuse.

LUXE

Cap sur Saint-Moritz

Mademoiselle était une grande voyageuse. De Biarritz ou Deauville, ses refuges, à l'Ecosse où l'emmenait le duc de Westminster, en passant par Venise dans une période de tristesse, Gabrielle Chanel s'est toujours imprégnée de l'âme des lieux qu'elle visitait. Saint-Moritz ne fait pas exception: c'est là, au cours des hivers des années 1920, qu'elle dévalait les pistes, non pas encombrée des longues jupes des dames de l'époque, mais en robuste pantalon de laine et pull en jersey, de sa confection. Dès 2018, la collection Coco Neige perpétue cet héritage. Cet hiver, la maison Chanel se rapproche encore davantage de la station en Engadine, avec une ambitieuse boutique saisonnière de 250 m². La senteur Paris – Saint-Moritz signe ce mouvement. Les Eaux de Chanel célèbrent ses destinations de cœur et la nouvelle évoque la douceur duveteuse d'une soirée entre amis, après une journée au grand air. *Renata Libal*



Des notes de poire, de rose, un accord musqué-ambré, pour se blottir au chaud.

Boutique Chanel-Saint-Moritz, Via Veglia 3, Saint-Moritz, jusqu'au 15 avril 2027



BEAUTÉ

Glace pilée

A l'extérieur, une finition craquelée inspirée des glaciers. A l'intérieur, une formule enrichie en minéraux glaciaires suisses. À appliquer sans modération pour braver les frimas. *J.Q.*

Crème visage protectrice et réparatrice Swiss Pristine, 290 fr., *La Prairie.*



MODE

Plumes **de luxe**

Depuis vingt ans, la marque Tatras est synonyme de vêtements d'extérieur haut de gamme alliant design japonais et savoir-faire italien, le fondateur, Masanaka Sakao, étant originaire de l'Empire du Soleil levant. La collection automne-hiver, photographiée par Pamela Dimitrov et Deo Suveera sur le plateau du «Piccolo Tibet», dans les Abruzzes italiennes, est aussi riche en nuances que le paysage: des volumes superposés et des tons naturels doux brisent les clichés liés aux vêtements fonctionnels. *T.B.*

Collection automne-hiver sur le thème Art of Harmony, Tatras, *tatras-official.com*



CHAUSSURES

Chaleureuse **collab'**

Depuis l'année dernière, Jonathan Anderson apporte sa vision de la mode chez Dior en tant que directeur artistique. Pour sa propre marque, JW Anderson, il n'est pas moins actif: en collaboration avec l'américaine Ugg, connue pour ses bottes souples doublées de peau d'agneau, l'Irlandais a réinventé le mocassin classique. Le résultat: une version décontractée qui garde les pieds bien au chaud dès l'automne. *T.B.*

JW Anderson × Ugg Loafer, disponible en trois couleurs (ici teinte Chestnut), env. 500 fr., *jwanderson.com*

ACCESSOIRE

Chalet à l'emporter



Louis Vuitton se lance dans l'architecture alpine. Avec son toit en pente imposant, ses volets et son garde-corps de balcon en cuir perforé, le sac imite un chalet suisse. Cela présente bien des avantages: pas d'impôt sur les résidences secondaires et, pour l'après-ski, personne n'a besoin de demander «chez toi ou chez moi?» On a déjà son chalet avec soi. Seul l'espace de rangement de ce «bien immobilier» ne répond pas tout à fait aux attentes. Il y a de la place pour un rouge à lèvres, un portable et une carte bancaire, mais les skis doivent rester dehors. *Silke Bender*

Sac à main LV Lodge Beige, 4700 fr., Louis Vuitton

PHOTOS: DR CHANEL, DR LOUIS VUITTON, DR JW ANDERSON, SELF COLOR

FRANJO VON ALLMEN
DREIFACH OLYMPIASIEGER 2026
TRIPLE CHAMPION OLYMPIQUE 2026

BREITLING
1884

BERN • BASEL • ZURICH
GENEVA • INTERLAKEN
ZERMATT • LUCERNE





La maison suisse **Thales** s'est spécialisée dans la hi-fi de très haut standing.

Le son de jadis

Plus qu'un rituel, un cérémonial, qui oblige à des gestes précis et invite à la sérénité: sortir le 33 tours de sa fourre, le poser sur le plateau tournant, déplacer le bras de lecture sur les sillons… puis laisser la magie opérer. En l'occurence, un son d'une grande pureté, d'une certaine forme de *simplicité* diront les connaisseurs, sans saturation de basses ni juxtapositions sonores outrancières. Un plaisir garanti sans écran ni app au logo vert et noir: Pas de doute, le bon vieux disque en vinyle fait son grand retour, et pas seulement chez les mélomanes avertis et les fans de vintage. Pour preuve, le marché de cet ancêtre du CD vient pour la première fois depuis 1983 de dépasser le milliard de dollars aux Etats-Unis et la tendance se retrouve de ce côté-ci de l'Atlantique. Pour suivre la demande, les marques hi-fi parmi les plus respectées proposent leur modèle de cet objet de culte païen, de Thorens à Gold Note en passsant par Denon – les Rolls dans le domaine. De beaux objets qui peuvent trôner fièrement au milieu du salon – à l'instar du modèle Elégance de la maison suisse Thales (*ci-dessus*). Même les grands noms du luxe ont cédé au chant des sirènes, Saint Laurent en premier. Sous l'impulsion d'Anthony Vaccarello, la maison a collaboré avec la marque Bang&Olufsen comme avec la plus confidentielle Miniot pour sublimer cet instrument d'écoute. L'analogique, plus désirable que jamais.



Le tourne-disque **Saint Laurent**.

TEXTE JULIEN PIDOUX

Davantage de tourne-disques sur notre site.

PHOTOS: DR THALES, DR SAINT LAURENT

Publicis EtNous

HERMÈS
PARIS

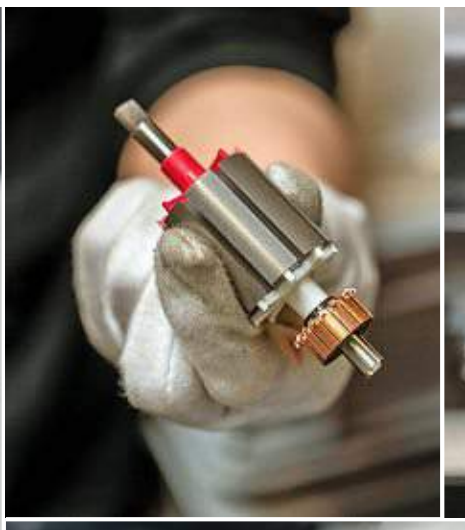
PLONGEZ DANS L'UNIVERS HERMÈS

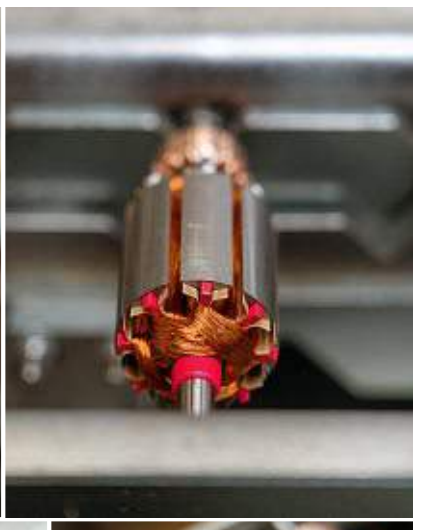
LE 7 NOVEMBRE, RUE ROBERT-CÉARD 1, GENÈVE

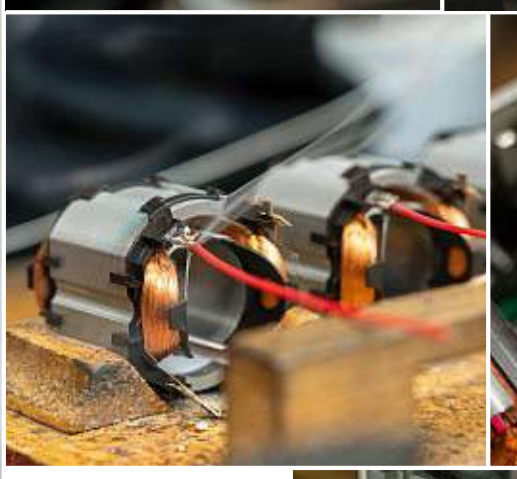
À L'HORIZON

À L'HORIZON











COSTAUD

EN HAUT À GAUCHE
Le rotor est le cœur du moteur Bamix.
EN HAUT À DROITE
Plus il y a de fils de cuivre, plus la puissance est élevée.
CI-DESSUS À GAUCHE
Les fils sont soudés.
CI-DESSUS À DROITE
Une équilibreuse creuse des rainures sur le rotor.
CI-CONTRE À DROITE
La puissance est vérifiée.
CI-CONTRE À GAUCHE
La goupille cannelée est ensuite insérée dans l'arbre d'entraînement.





Silence, **ça mixe**

C'EST EN THURGOVIE QUE L'ENTREPRISE BAMIX FABRIQUE DEPUIS SEPTANTE ANS **«LE PLUS PETIT ROBOT DE CUISINE DU MONDE»**. UNE ICÔNE QUI SE VEND DÉSORMAIS AUX QUATRE COINS DU MONDE.

TEXTE TINA BREMER **IMAGES** MARVIN ZILM

Un groupe de visiteurs se fraie un chemin à travers le hall de production, observe attentivement les différentes étapes de fabrication et écoute avec intérêt les explications. Ces partenaires commerciaux, une vingtaine, sont venus d'Allemagne, le seul pays au monde où le «plus petit robot de cuisine au monde», ne s'appelle pas Bamix, mais «Zauberstab» (la baguette magique).

Un terme qui décrit plutôt bien ce qui est produit ici depuis des décennies. Dans ce paisible petit village de Mettlen, en Thurgovie, vivent quelque 500 personnes… et beaucoup de vaches. Certaines d'entre elles paissent derrière le pré de l'usine Bamix, indifférentes au fait qu'un véritable miracle commercial mondial se produit juste sous leur museau. Jusqu'à 40 000 mixeurs plongeants sont expédiés chaque année depuis la Suisse vers le monde entier, aux États-Unis, en Chine, au Japon, en Australie. 100 % Swiss Made. Bien sûr, une telle réussite attire des imitateurs qui veulent se tailler une part de ce juteux gâteau. Erich Eigenmann, PDG et copropriétaire, ne se fait pourtant pas de cheveux blancs face à ces copies bon marché. Car il en est convaincu: «Personne n'arrive à la cheville de notre qualité.» Et il en apporte la preuve: le moteur du Bamix bénéficie non pas d'une maigre garantie de deux ans, mais d'une garantie à vie. «Le moteur est tellement abouti qu'il n'y a plus rien à améliorer», estime cet homme de 61 ans. Le moteur est le cœur du mixeur plongeant électrique, son centre vrombissant – composé du rotor en acier et du stator, le boîtier fixe. Comme sur une machine à coudre, du fil de cuivre est enroulé autour du rotor: en gros, plus il y en a et plus il est épais, plus la puissance en watts est élevée. Le Bamix existe en quatre versions différentes. Le best-seller? Le modèle Prime, à 250 watts, également disponible en édition spéciale limitée, par exemple dans sa variante graffiti multicolore.

Le rotor passe au four

Une machine à imprégner «cuit» le rotor à 140 degrés afin que la résine liquide scelle son isolation. Les brins de cuivre sont en-suite soudés. Ils relieront plus tard le moteur au câble d'alimentation. Pour que le mixeur plongeant tourne bien rond, une équilibreuse crée ensuite de petites rainures sur le rotor. Une fois les supports de roulement installés, on contrôle la puissance en watts du moteur. Tout est en ordre? On passe alors à l'arbre d'entraînement, dissimulé dans le manche. Pour l'étanchéité et la lubrification, on utilise une graisse de qualité alimentaire, forcément, car le mixeur est destiné à la préparation des aliments. La dernière étape consiste à insérer le moteur dans le boîtier, puis à le relier au manche et au câble d'alimentation.

Lorsque Roger Perrinjaquet, un inventeur vaudois, invente son «appareil ménager portatif» (*sic*) à Lausanne en 1950, il fait sensation: un véritable appareil de cuisine portable, utilisable d'une seule main qui plus est, quelle révolution. Doué en marketing, le Lausannois lui trouve ce nom composé des mots «battre» et «mixer». Trois ans plus tard, le brevet est déposé et la patente est vendue à Werner Spingler et Josef Gschwend, fondateurs de la société ESGE, à Neuffen, en Allemagne, qui commercialise dans un premier temps des supports à vélo, des scies et des petits moteurs électriques. En 1960, le duo crée une filiale spécialisée dans les appareils électroménagers à Mettlen. Dès lors, ces mixeurs plongeants ultrapratiques sont produits exclusivement en Suisse, dans une ancienne usine textile. La manufacture occupe toujours le même bâtiment, et les propriétaires – Erich Eigenmann et Hans Jud – viennent de Suisse orientale.

Le design du Bamix vient toutefois du Grand Nord: deux designers scandinaves ont en effet conçu la forme de l'appareil, dont l'ergonomie n'a été que légèrement modifiée depuis ses débuts. En revanche, les nombreux accessoires qui permettent au Bamix de couper de la viande et des légumes, de râper des concombres et des pommes de terre ou de faire mousser du lait sont des nouveautés. Il va de soi qu'aucun de ces accessoires ne manque dans la cuisine de Minire Osmani, opératrice machine qui travaille ici depuis trente-trois ans: «Ce que je préfère? Préparer des smoothies et des soupes de légumes», sourit-elle. Ça tombe bien, la saison des pâtissons, potirons et autres potimarrons bat son plein…



Erich Eigenmann

A l'origine, Erich Eigenmann voulait devenir cuisinier: s'il n'a finalement pas embrassé ce métier, il assiste indirectement, en tant que copropriétaire et PDG de Bamix, les cuisiniers amateurs comme professionnels du monde entier. Originaire du Toggenburg, il s'est d'abord orienté vers une carrière commerciale. Après un apprentissage dans l'administration, il a travaillé plusieurs années comme conseiller fiscal avant de rejoindre Bamix en octobre 2002. Il est aujourd'hui âgé de 61 ans.

Bienvenue au show!

LEVER DE RIDEAU! APRÈS KERMIT ET MISS PIGGY, LA MAISON **ORIS** S'ACOQUINE AVEC LE GRAND GONZO POUR UNE PROPILOT X PLEINE DE SURPRISES.

TEXTE LA RÉDACTION



1

LE MODÈLE

C'est avant tout une perle de précision horlogère, qui s'inspire des montres d'aviateurs des années 1930, mais avec une petite audace disruptive: la ProPilot X se démarque des autres modèles de la maison horlogère basée à Hölstein par ses lignes futuristes, son bracelet intégré en titane et sa lunette cannelée qui évoque les pales d'une turbine de réacteur d'avion.
En version squelettée, elle offre un design radicalement moderne, encore accentué avec ce modèle en édition limitée, imaginé en collaboration entre Oris et Disney's the Muppets.



2

LA STAR

Star de la scène, de l'écran et des shows casse-cou, Gonzo est le troisième personnage du célèbre show télévisé The Muppet Show à faire l'objet d'une collaboration avec la maison Oris. Kermit la grenouille avait eu droit à une ProPilot au cadran d'un vert éclatant, tandis que celle destinée à Miss Piggy était – forcément – rose bonbon et arborait un diamant cultivé en laboratoire. Voici donc le cascadeur de l'équipe, apparu en 1976. Dévorant un pneu, se glissant dans la bouche d'un canon ou s'envolant dans le ciel aggripé à des ballons gonflables, le joyeux hurluberlu est très vite devenu l'un des artistes préférés du grand public.



3

LA RÉSERVE DE MARCHE

Mesdames et Messieurs, place au grand spectacle, avec ce calibre manufacture 115, qui se distingue – et comment! – avec une réserve de marche de 10 jours (240 heures). Sur le cadran, l'aiguille de l'indicateur de réserve de marche prend la forme d'un piment rouge – clin d'œil à l'un des motifs de chemise préféré de Gonzo – et un «10 great days» rappelle à la fois les capacités exceptionnelles de ce mouvement à remontage manuel et le nom de scène de la célèbre marionnette, connue pour ses acrobaties périlleuses.

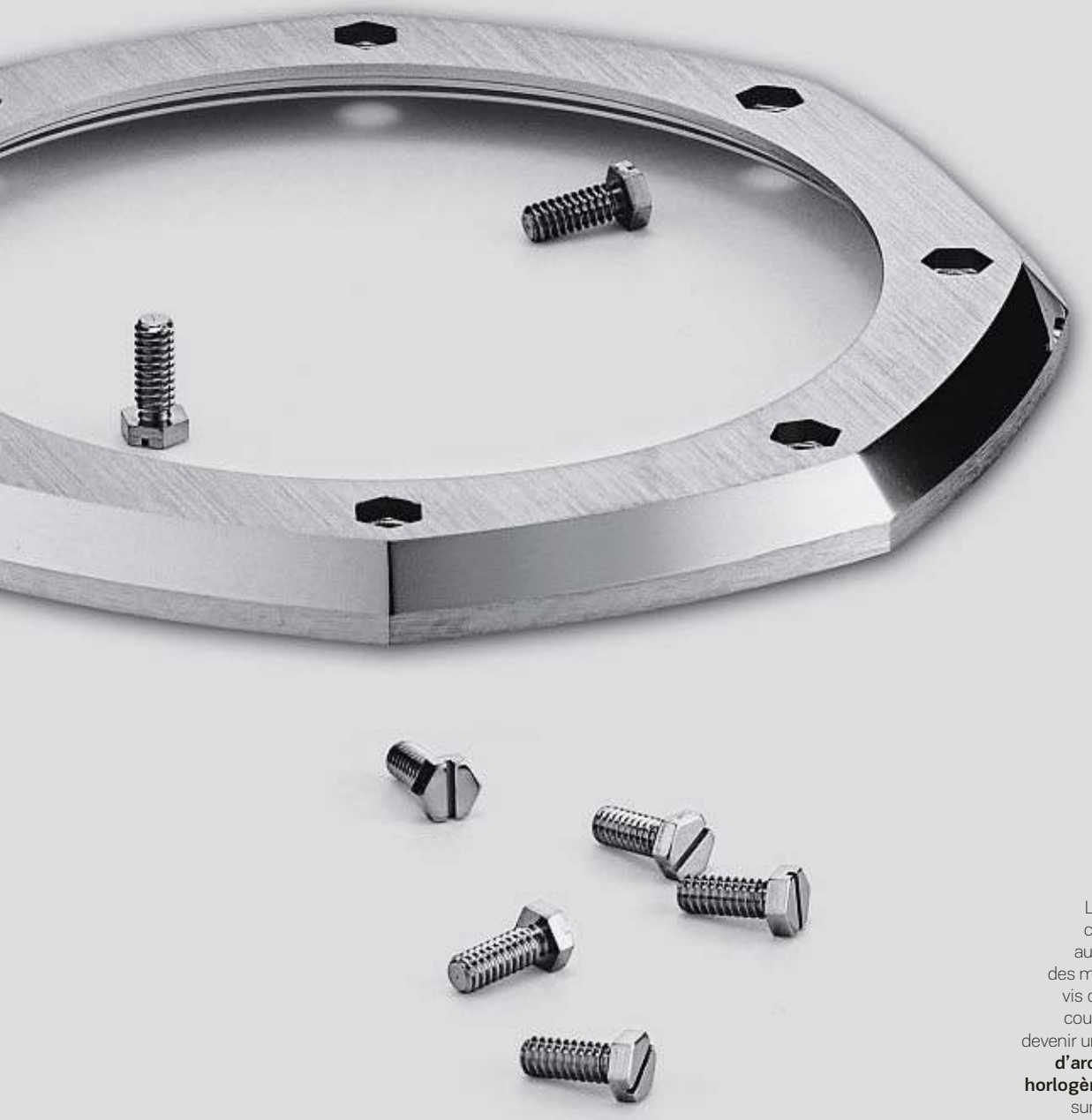


4

LES DÉTAILS

Audacieuse et intrépide, à l'image de la star du Muppet Show, cette ProPilot regorge de clins d'oeils – et de prouesses! D'abord, il y a ce dégradé de couleurs bleu, rouge et jaune, qui s'inspire de son pelage et de son style vestimentaire. Le pourtour du cadran ensuite qui, grâce à un traitement au laser, change de couleur au gré de la lumière, déclinant toutes les couleurs de l'arc-en-ciel. La surprise du chef? Elle se cache dans le ressort du barillet, cette lame métallique de 1,8 mètre, roulée sur elle-même. A mesure que l'on remonte sa montre, le visage de Gonzo apparaît. Puis, au fur et à mesure que l'énergie est libérée, son faciès se disperse. Une première!

PHOTOS: © DISNEY, DR



Longtemps cantonnées aux entrailles des montres, les vis quittent les coulisses pour devenir un **élément d'architecture horlogère**, comme sur le modèle 5402 signé Audemars Piguet.

Vis de forme

QUINCAILLERIE? OUI, MAIS **ARCHIDÉSIRABLE**. SUR LES MONTRES, LES VIS S'AFFIRMENT COMME DES ÉLÉMENTS TECHNIQUES AUTANT QU'ESTHÉTIQUES.

TEXTE MATHILDE BINETRUY

Les horlogers ne font pas leurs courses chez Hornbach. Pourtant, dans les dernières collections, on a parfois le flash d'un samedi après-midi au rayon visserie. Ces petits bouts de métal utilitaires, exposés sur le boîtier, fascinent et séduisent les amateurs de design, mais donnent des cheveux blancs aux responsables des bureaux techniques.

Longtemps, les vis sont restées cachées dans les entrailles des montres. Les afficher? Un aveu de faiblesse industrielle, bon pour les horloges de gare ou l'outillage d'usine. Mais cette vision a été frappée d'obsolescence par Louis Cartier. Au début du XXe siècle, son ami l'aviateur brésilien Alberto Santos-Dumont lui demande une montre facile à utiliser en vol, lisible sans lâcher les commandes. Louis Cartier dessine le modèle Santos. Huit vis apparaissent sur la lunette pour fixer le verre. La technique monte en façade. C'est l'époque qui veut cela, avec la fierté de la révolution industrielle, la foi en une esthétique de la modernité. Comme les rivets de la tour Eiffel, les vis des montres deviennent un langage d'architecture.

La quête de l'étanchéité leur donne plus tard un nouveau rôle. Dans les années 1960, pour résister à la poussière et à la pression des grands fonds, il faut comprimer les joints, serrer le boîtier. La vis s'installe d'abord au dos, puis passe sur le devant de la montre, sous l'impulsion d'un certain Gérald Genta – devenu une légende de la création horlogère.

L'inspiration de la plongée

À l'époque, le métier de designer horloger n'existe pas. Gérald Genta contribue à l'inventer et réalise un joli hold-up esthétique. Inspiré par les casques de plongée, il dessine la Royal Oak pour Audemars Piguet en 1972 et ose laisser ses vis apparentes sur un boîtier en acier vendu plus cher que l'or. Du structuralisme horloger. Mais bien davantage qu'un effet de style: les vis hexagonales de la lunette viennent chercher, à l'intérieur du boîtier, des écrous ronds introduits depuis le fond. L'assemblage verrouille l'ensemble. La contrainte devient signature. Avec la Big Bang, lancée en 2005, Hublot pousse le curseur vers le brutalisme industriel. Six vis en titane aux têtes gravées d'un «H» trônent sur la lunette. Ici, pas de trompe-l'œil : elles sont fonctionnelles et serrées par le dessus.

Depuis, chaque maison joue sa partition: forme de tête, matière, finition, nombre, orientation. Même recette: prendre l'objet le plus banal de la quincaillerie, le travailler au micron près et le mettre sous les projecteurs. Une vis reste une vis. Jusqu'à ce qu'un horloger décide d'en faire une signature.

BOÎTIER VERROUILLÉ



ORIGINALE
Cela fait plus de vingt-cinq ans que ces vis en titane gravées du célèbre «H» donnent à la montre son allure immé-diatement reconnaissable. Le détail graphique est devenu, au fil du temps, l'un des codes les plus emblématiques de Hublot.
Hublot Classic Fusion Tributo automatique, or jaune, 38 mm, étanche à 100 m, 25000 fr.



AÉRONAUTIQUE
Difficile d'imaginer une montre qui incarne mieux son époque. Sur la Santos, les vis apparentes de la façade sont disposées avec une rigueur presque architecturale: elles deviennent un élément esthétique à part entière. ***Cartier Santos Dumont, remontage manuel, platine et or gris, 43,5 x 31,4 mm, étanche à 30 m, 51000 fr.***



COSMIQUE
Ici, rien n'est décoratif: les quatre longues vis qui traversent le boîtier de part en part en assurent la cohésion - littéralement. Lunette, inserts latéraux et fond sont pris en étau pour former une construction multicouche aussi technique qu'esthétique. ***Bell & Ross BR-X5 Meteorite, automatique, acier, 41 mm, étanche à 100 m, 250 pièces, 8700 fr.***



PURE
Depuis l'Ingenieur SL imaginée par Gérald Genta il y a cinquante ans, ces cinq cavités sur la lunette sont devenues l'un des détails qui donnent à la collection son ADN. Des fixations placées sous la lunette la maintiennent en position, pour que chaque ouverture tombe au même endroit. ***IWC Ingenieur Automatique 50th Anniversary, acier, 40 mm, étanche à 100 m, 11500 fr.***

MYTHIQUE
Un spectacle de haut vol. Les vis apparentes maintiennent le cadran en saphir sur le mouvement. Une construction à découvert, qui donne aux index et aux compteurs l'impression de flotter au-dessus du mécanisme.
TAG Heuer Monaco Evergraph, automatique, titane revêtu de DLC, 40 mm, étanche à 100 m, 25000 fr.

SPORTIVE
Sur la lunette, les vis apparentes donnent le ton de cette montre à fort caractère. Elles ne se contentent pas de souligner la construction de la pièce: elles en sont la signature. Un détail qui résume l'esprit Eagle en trois mots: robuste, précis, racé. ***Chopard Alpine Eagle 41, automatique, acier Lucent Steel ™, étanche à 100 m, 14100 fr.***

IMPÉNÉTRABLE
Le paradoxe le plus célèbre de l'horlogerie. Les vis de la Royal Oak ne peuvent pas tourner, elles sont hexagonales et logées dans des fentes de même forme. Elles sont serrées depuis le dos de la boîte au moyen de huit écrous. Ingénieux et inattendu.
Audemars Piguet Royal Oak Offshore Chronographe Automatique, titane, 42 mm, étanche à 100 m, 33600 fr.

PHOTOS: DR AUDEMARS PIGUET, HUBLOT, CARTIER, BELL&ROSS, IWC, TAG HEUER, CHOPARD



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 MEILIPLATZ EMMEN T +41 41 260 51 53 FLEXFORM@DAVINCI-SCHWEIZ.CH

ÉGALEMENT DISPONIBLE CHEZ D'AUTRES REVENDEURS AGRÉÉS

DISCRET EN APPARENCE SEULEMENT.
Quincy canapé, design Antonio Citterio

FLEXFORM

Yves Salomon, entouré de son épouse, Tamara Taichman, la directrice artistique de la maison, et de Marcellin Boyer, le directeur créatif de **Yves Salomon Editions.**

PHOTO: SHERAZ DEBBICH

EN MODE **DOUCEUR**

FOURREUR DE TRADITION, **YVES SALOMON** SE MÉTAMORPHOSE EN PRÊT-À-PORTER ET DESIGN INFINIMENT DÉSIRABLES. LA BEAUTÉ AU POIL PRÈS.

PROPOS RECUEILLIS PAR ***RENATA LIBAL***

ENVIE DE TOUT TOUCHER... Forcément! En matière de sensualité, rien ne se compare à l'extraordinaire qualité de douceur de la fourrure. Dans le showroom parisien de la maison Yves Salomon, au cœur de ce quartier huppé entre colonne Vendôme et Jardin des Tuileries, trônent des sofas et des fauteuils cocons en peau lainée de mouton mérinos, qui rendent la caresse irrésistible. Et ce tapis mural, comme un paysage hivernal de marqueterie de peaux, en blanc sur blanc! Renard, vison, lapin... L'œil, comme la main, se perd dans les nuances mouvantes de cette matière précieuse qui se redessine aux gré des mouvements de l'air. Yves Salomon sourit de cet émerveillement: «Nous travaillons là avec le designer américain Michael Bargo. Il avait très envie d'exprimer l'idée du quilt avec nos techniques et nos matières. Cela permet aussi de valoriser jusqu'aux plus petits morceaux de fourrure.»

Les métiers de la fourrure ont bien changé depuis que le grand-père d'Yves Salomon, Gregory, un dissident russe, a établi son négoce en Sibérie, où il était exilé. Arrivé en famille à Paris en 1920, il devient rapidement fournisseur de la bonne société, suivi en cela par son fils Boris. Mais la belle qualité des peaux ne suffit rapidement plus pour séduire les élégantes. C'est Yves qui, en 1980, élargit le pur métier de négociant pour l'ouvrir sur la création mode et la recherche, fondant la maison à son nom. Son fils Thomas, 45 ans et quatrième génération d'entrepreneurs, passe en coup de vent, sourire aux lèvres. Lui aussi voit l'avenir avec optimisme, grâce à une stratégie de diversification dans le prêt-à-porter très haut de gamme, les lignes décontractées, les collections pour hommes ou enfants. C'est sans doute cette souplesse, cette manière de capter l'air du temps, cette philosophie de l'innovation, cette intransigeance sur la traçabilité qui ont permis au label de traverser les années de crise aiguë dans l'industrie de la fourrure. Aujourd'hui, il s'impose de fait comme l'un des principaux acteurs mondiaux dans cet univers si niche, si exclusif. Pour l'été prochain, les tenues jouent la légéreté et les teintes délicates inspirées des peintures de Giorgio Morandi, tandis qu'un boléro de plumes d'autruche ou une minicape de vison rappellent le fabuleux bestiaire traditionnel de la maison.

Le mobilier, lui, relève à la fois d'une approche de l'univers de la maison – tant de marques de mode s'y lancent! – et d'une passion pour la virtuosité artisanale, en créant une rencontre entre des designers et les savoir-faire des ateliers. Ces meubles (beaucoup d'assises, si enveloppantes), ces plaids, ces tapis, ces lampes même s'inscrivent dans la ligne Yves Salomon Editions, un projet qui avance à grands pas depuis deux ans et qui s'est vu consacré cette année tant à Design Miami qu'au Salone del Mobile de Milan et, en septembre, à la Paris Design Week.. Yves Salomon, 76 ans, très chic en cette journée d'automne qui se prend pour l'été, touche à peine son verre d'eau et raconte cette quête de l'extraordinaire qui anime la famille depuis plus d'un siècle.

A quelle vision répond réellement le lancement des meubles Editions?
Avec mon épouse, Tamara Taichman, qui est aussi directrice artistique de Yves Salomon, nous sommes passionnés de design. Tous les dimanches, depuis de nombreuses années, nous allons aux Puces et nous achetons des meubles. L'idée est venue spontanément: pourquoi ne pas lier cet amour des beaux meubles avec les savoir-faire exceptionnels de nos ateliers?

Où mettez-vous donc toutes ces trouvailles? Vous achetez des appartements à meubler...?
Voilà un sujet de discussion récurrent en famille, mais aussi dans la société. J'en mets partout. Cela explose de partout... Au grand désespoir de mon entourage. Editions permet un nouveau regard sur les objets design, avec des créateurs connus qui transfèrent ces pièces dans le langage de la fourrure d'art. Les premières pièces ont été réalisées avec la maison Pierre Chapo – que j'aime beaucoup. Ses héritiers ont aimé l'idée de customiser des pièces rééditées.

Qu'est-ce qui unit la fourrure et le design?
Ces deux univers sont apparemment très éloignés mais, philosophiquement, sont assez proches. Pierre Chapo travaillait beaucoup les meubles sans colle, sans vis, en faisant des encastrements. Il y a aussi dans le design tout ce concept de marqueterie qui est complètement semblable à celui que nous avons dans nos produits de peau lainée. Et aussi ce côté très manuel, très construit. C'est comme ça qu'on fait nos collections, c'est comme ça qu'on fait un vêtement.

C'était en 2024 et la collection a été remarquée d'emblée!
Rien ne se fait sans chance. Nous avions vaguement parlé de ce projet avec la maison Dimore, à Milan, et, au dernier moment, avant le Salone del Mobile, ils nous ont appelés parce que, finalement, ils avaient un espace d'exposition à nous proposer chez eux. Etions-nous prêts? Et comment! Cinq minutes plus tard, nous leur envoyions des





SENSUEL

À GAUCHE
Allégée, affinée, travaillée, la fourrure, désormais, bouge et danse au gré des mouvements.

À DROITE
Peau lainée et mérinos repassé pour ce lit de jour Moka, de la collection Tactile Monuments.

photos et ils étaient enthousiastes. Nous avons eu 15000 visiteurs! C'est alors que nous nous sommes vraiment pris au jeu.

Votre goût du design relève d'une culture familiale...
Je vais être honnête, j'ai baigné dans un monde d'œuvres d'art fabuleuses depuis tout petit. Ma mère, Emma, tenait l'une des deux galeries surréalistes de Paris et j'ai eu l'occasion de côtoyer les plus grands talents de l'époque. J'ai rencontré des gens qui ne sont pas toujours nés de la dernière pluie, j'ai rencontré Romain Gary et Jean Seberg, qui était sa femme. J'ai rencontré un peintre qui s'appelle Wifredo Lam, j'ai rencontré Philippe Hiquily et même Louis Aragon. Tous étaient des amis. Vous voyez, c'était un univers de gens assez incroyables. Il y a de quoi nourrir l'imagination.

Puis vous êtes devenu fourreur.
C'était la volonté de mon père. Ça ne s'est pas très bien passé au début, parce que le métier ne correspondait pas à l'image que je me faisais de ma vie. Je me voyais un peu plus artiste. D'ailleurs, mon premier job, c'était d'être comédien, mais je dois dire en toute humilité que je n'avais pas un grand talent. Donc cette carrière s'est arrêtée.

Comment avez-vous démarré dans votre nouvelle carrière?
Quand je suis arrivé dans l'entreprise familiale, c'était une entreprise de négoce de matières premières. Je me suis dit: «Je ne pense pas que cette activité-là va durer toute ma vie.» A l'époque, on vendait à des fabricants, mais de plus en plus, la filière s'intégrait. J'y ai vu une opportunité: on allait devenir négociants, mais aussi fabricants et distributeurs. On va gagner du temps.

Quel a été le déclic?
Cela s'est fait de manière assez incroyable. Un jour, le patron des Galeries Lafayette m'invite à déjeuner. Je pensais qu'il s'agissait d'une erreur, mais j'y suis allé avec mon frère (qui a quitté l'entreprise plus tard). Nous nous sommes retrouvés à table avec toute la direction des Galeries et ils nous ont parlé d'un jeune créateur nommé... Thierry Mugler. Ils voulaient qu'on le lance avec une collection de fourrure. Il y avait juste deux problèmes: on n'était pas fabricants et on ne connaissait rien en mode.

Laissez-moi deviner: vous avez accepté!
En fait, ils aimaient que l'on ne connaisse rien au milieu, pour nous plier exactement aux envies du créateur. Nous nous sommes regardés avec mon frrère et nous avons fait une contre-proposition: la moitié de l'espace pour les créations de Thierry Mugler, l'autre pour les nôtres propres. Un coup de poker et notre destin a basculé en un quart d'heure. Nous avons été obligés, en quelques mois, d'apprendre la fabrication et de développer une société spécialisée. C'était en 1980.

Comment avez-vous pris goût à la mode?
J'ai toujours voulu avoir un pied dans l'artisanat, l'autre dans la création. Longtemps, nous avons été les sous-traitants des grands couturiers du XXe siècle: Jean-Paul Gaultier, Karl Lagerfeld... Les côtoyer a été extêmement enrichissant, car leurs demandes étaient toujours assez extravagantes. Et ma philosophie a été de ne jamais dire non. De réaliser l'impossible. C'est ce qui nous a permis d'innover et de toujours rester en mouvement.

Mais vous vous spécialisez en fourrure pile au moment où montent les controverses et les appels au boycott. Vous n'avez peur de rien!
Paradoxalement, j'estime que cette pression constante a finalement été une chance pour nous. Elle nous a forcé à foncer dans deux directions distinctes. D'une part, remettre en question toutes les étapes de la filière pour être complètement inattaquables sur le plan du bien-être animal. D'autre part, développer toutes les techniques qui permettent à la fourrure d'être un vêtement léger, agréable à porter, confortable et durable.

Une fourrure des années 1980, c'était du lourd!
Effectivement, il fallait porter ces kilos. Mais les techniques ont évolué de manière saisissante. Je me souviens d'une rencontre avec Jean-Paul Gaultier, qui voulait une marinière pour homme, mais complètement moulante sur le corps. On ne savait évidemment pas faire de la fourrure stretch. Mais il m'a dit: «Vous allez trouver!» Et effectivement, nous avons trouvé. C'est toujours quand on est défié que l'on avance, que ce soit par un créateur ou des événements – comme l'arrêt de la fourrure par nombre de marques dès 2018.

Quelle est la pièce dont vous êtes le plus fier?
La partie développement a toujours été au cœur de notre quête artisanale. Et le point central en est l'allègement. Un manteau d'aujourd'hui pèse le tiers de celui d'il y a cinquante ans. Il bouge, il danse... Le manteau le plus emblématique est le vison, pour lequel nous avons modernisé des techniques ancestrales, qui permettent de le sublimer. L'allonge est une technique de chevrons, de coupe et d'assemblage qui permet d'étirer visuellement les peaux. cela donne de longue bandes fines qui affinent la silhouette et la fluidifient.

Et la parka Army qui vous a rendu célèbre en 2005, ce vêtement qui a désambourgeoisé la fourrure?
J'aime beaucoup son histoire. Un jour, le styliste de la maison me propose d'aller voir des parkas vintage dans un surplus militaire, en guise d'inspiration pour des formats plus jeunes, plus masculins. Or j'ai trouvé ces vestes anciennes si sublimes en l'état que nous avons simplement décidé de les doubler de fourrure. Ce style customisé, sympathique et décontracté, a remporté un succès immédiat.

Et aujourd'hui, avec la diversification de votre maison, que représente réellement la part de la fourrure?
Entendons-nous: par fourrure, j'entends des peaux d'animaux d'élevage, ce qui n'inclut ni le mouton, ni le lapin, qui sont des dérivés de la filière de la viande. Je dirais donc qu'en 2018, la fourrure représentait 95% de notre activité. Il y a deux ou trois ans, cette part est tombée à environ 30% et aujourd'hui elle est remontée à 50%. Nous vivons une vraie phase d'engouement.

PHOTOS: DR YVES SALOMON





RELIEFS

À GAUCHE
Plus qu'un sac, un véritable doudou – de luxe! – pour intégrer la fourrure en touche cette saison.

À DROITE
Lapin, vison, renard: un plaid tout en nuances de blanc, façonné avec le designer américain Michael Bargo.

Vraiment? Que se passe-t-il donc?
Les jeunes – voire les très jeunes, les adolescents – sont en train de découvrir la fourrure de manière très spontanée. Dans l'envie d'upcycling, ils ont commencé à aller dans les magasins vintage et à acheter des manteaux de récupération. Et ces vrais manteaux de fourrure sont devenus viraux sur TikTok. La fourrure redémarre fortement. Les gens réalisent qu'ils ont affaire là au produit le plus durable de la mode, parce qu'il peut être recyclé, recoupé et durer toute une vie – voire davantage. Par nature, nous sommes là dans le contraire de la fast-fashion. Les jeunes sont très exigeants sur la durabilité. Et leurs aînés suivent... Et je vous jure que mes services de communication n'ont rien à voir là-dedans!

Ne pensez-vous pas qu'il s'agit d'un soubresaut éphémère?
Pas du tout. Je vois d'ailleurs que certains grands noms de la mode reserrent leurs liens avec nous et relancent des modèles. Regardez aurtour de vous dans des stations de ski comme Saint-Moritz ou Crans-Montana! Et pourtant, la Suisse est très sévère sur le bien-être animal. Mais les gens ont compris que la filière s'était entièrement assainie et que les rares élevages qui n'ont pas fermé répondent à des normes draconiennes, contrôlées de manière indépendante par le label Furmark.

Il y a aussi beaucoup de mouton retourné...
Une peau lainée n'est aujourd'hui pas considérée comme une fourrure. Mais nous avons évidemment développé beaucoup de pièces à base d'agneau, avec des poils plus ou moins courts, plus ou moins longs. Avec notre savoir-faire, il est aujourd'hui très difficile de faire la différence entre un manteau sublime en agneau et un manteau de vison. On repasse le poil, qui devient lisse, soyeux et brillant.

Vous-même n'avez jamais eu de doute moral?
Jamais. Mais je m'oppose depuis toujours à la production de masse. Je suis ravi que la fourrure soit devenue une petite niche très étroitement surveillée. J'ai d'ailleurs lancé une charte, en 2015, avec ces critères. Les consommateurs doivent pouvoir faire confiance. D'une certaine façon, je remercier les mouvements antifourrure de leur combat, qui a permis de nettoyer la filière et d'être irréprochables.

Et votre relation amoureuse avec la fourrure, comment a-t-elle évolué en près de cinquante ans de carrière?
Au début, je ne comprenais pas que l'on puisse s'intéresser à cette matière. Mais j'ai été comme happé: l'attirance est presque viscérale, sensuelle... On ne peut pas travailler la fourrure sans être passionné, sans entretenir une relation étroite avec elle. Cela me rappelle une anecdote: un jour, je recevais une étudiante en mode brillantissime, mais radicalement antifourrure. Je lui ai fait toucher des peaux, expliqué les processus, mais elle ne voulait rien savoir. Puis je lui ai demandé de fermer les yeux et ai posé sur ses épaules un manteau en cachemire magnifiquement aérien, avec un col en chinchilla. Elle a eu comme un choc. Elle avait compris. Elle est repartie en me disant qu'elle n'aurait jamais imaginé ressentir une telle émotion. C'est cela, la magie de la fourrure.

> Avec le vintage, les jeunes **relancent les manteaux de fourrure,** appelés à durer une vie

Vous formez beaucoup de jeunes?
Il y a vingt-cinq ans, j'ai mis en place un centre de recherche et développement et nous recrutons et formons chaque année une quinzaine de stagiaires, souvent issus des écoles de mode. Certains désirent rester, d'autres s'en vont, mais la moyenne d'âge en entreprise tourne autour des 30-35 ans. Je fais figure de patriarche, mais je me nourris de cet élan de jeunesse, de cette passion.

Vos ateliers sont à Paris...
Oui, le cœur de la maison bat là-bas, près de la gare du Nord, un endroit qui s'appelle la Cité du Paradis. Ça ne s'invente pas! Une soixantaine d'artisans y travaillent, formés dans tous les métiers de la peau, les pelletiers, qui trient les peaux par hauteur, nature et couleur de poil. Il y a aussi le tannage, le cloutage, la coupe... Puis on retombe sur les métiers de couture, le patronage, le flou, le *tayloring*... Nous avons aussi un petit atelier à Londres. Mais la demande est si forte que nous devons augmenter nos capacités de production. Il y a un projet d'extension en Bourgogne, mais ce n'est pas encore entièrement décidé.

L'avenir du luxe repose-t-il sur ces métiers de niche?
Le luxe souffre actuellement d'une surexposition. Il va donc y avoir un redimensionnement, sachant que pour que le luxe soit vraiment du luxe, il doit s'agir d'un produit exclusif et rare. Un produit qui nécessite une main d'œuvre très qualifiée, des matières précieuses, des savoir-faire lents ancrés à la fois dans la tradition et l'innovation. Le luxe est condamné à être cher.

Comment définissez-vous votre métier aujourd'hui?
Nous sommes des artisans attentifs à l'air du temps, avec une forte composante de créativité. Ce mélange de création et d'artisanat est magique!



LA PARKA

Lancée en 2005, la ligne Army – à l'origine des parkas militaires vintage doublées de lapin, avec la capuche bordée de coyote – a contribué à désembourgeoiser l'idée de la fourrure. Le modèle ci-dessus en représente une version actuelle.



MANTEAUX EN SCÈNE

DES COLS, DES TEXTURES, DES ÉPAULES, DES DÉTAILS… L'ART ÉLÉGANT DU SPECTACULAIRE.

IMAGES *LAURENT HUMBERT* ***STYLISME*** *SIMON PYLYSER*

Page de gauche
Manteau en peau lainée rayé, veste en dentelle, jupe en soie à volants, escarpins Dior Bow en cuir de veau, le tout ***Dior.***

Page de droite
Manteau cocon en jacquard fragmenté et robe courte en organza à superpositions texturées, ***Akris.*** Bagues Baguette Love, or gris poli et diamants taille brillant et taille baguette, bague Diamond Twist, or gris, sept diamants taille émeraude, sept diamants taille ovale, sept diamants taille poire, Bagues Solitaires Joy, or blanc et diamants, le tout ***Bucherer Fine Jewellery.***

Page de gauche
Manteau Arita en sergé de laine, ***Loulou de Saison.*** Collier Skyline, or gris, 24 diamants taille coussin jaune, 24 diamants taille coussin blanc, 556 diamants taille brillant, ***Bucherer Fine Jewellery.***

Page de droite
Cape à épaules pointues en cachemire et broderies, escarpins Luna en cuir de chèvre et talons en ABS effet corne, le tout ***Louis Vuitton.***





DIRECTION ARTISTIQUE Geraldine Dura
PRODUCTION Endrit Nurcaj
ASSISTANT LUMIÈRE Ben Richardot
ASSISTANTE DIGITAL Marion Pinoges
HAIR & MAKE-UP Vera Dierckx **MODÈLE** Tiko
CASTING Isadora Banaudi

CE SHOOTING A ÉTÉ RÉALISÉ EN PARTENARIAT AVEC BUCHERER

Page de gauche
Manteau et écharpe en cuir de veau nappa, legging strech en viscose, ***Loewe.*** Mocassins 180 Commando en veau box, ***J.M. Weston.***

Page de droite
Manteau en laine et soie, pantalon en laine, ***Celine.*** Boucle d'oreilles Baguette Love (portée en broche), or gris poli, 80 diamants taille baguette, 82 diamants taille brillant, boucle d'oreilles Skyline, or gris, deux diamants taille coussin, 90 diamants taille brillant, boucle d'oreilles Rock Diamonds, or blanc poli, 124 diamants taille trapèze, le tout ***Bucherer Fine Jewellery.***



Au doigt, au cou, au poignet ou aux oreilles, le diamant se pose avec grâce sur tout le corps.

L'heure du diamant

L'HISTOIRE DE LA MAISON BUCHERER EST INTIMEMENT LIÉE À **LA PLUS MAGIQUE DES PIERRES PRÉCIEUSES.** ET TOUT SE PASSE ICI, AU BORD DU LAC DE LUCERNE.

TEXTE LA RÉDACTION

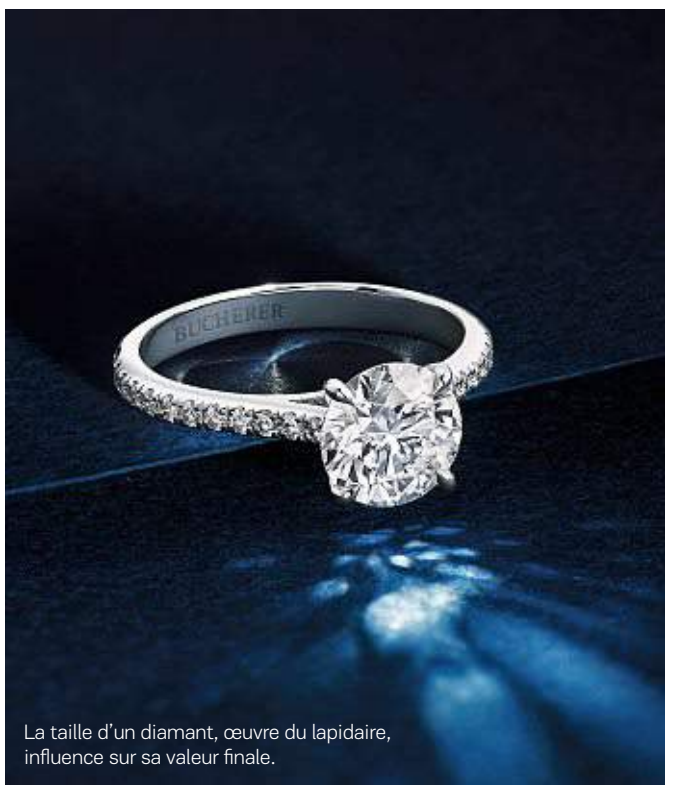
Tout débute en 1888. Au centre-ville de Lucerne, Carl Friedrich et Louise Bucherer ouvrent une petite boutique de montres et de bijoux. La toute première pierre d'une entreprise qui va traverser les générations. Rapidement, à l'aube du XXe siècle, les fils des fondateurs, Ernst et Carl Eduard, rejoignent l'entreprise et la développent. Une histoire de famille, et une histoire de femmes en particulier: car Louise d'abord, et sa belle-fille, Wilhelmina, dite Mina, par la suite, ne se contentent pas de recevoir les clients avec le sourire. Fascinées par les pierres précieuses, les deux femmes, munies de loupes et de personnalités chevronnées, vont arpenter les coins les plus reculés du monde pour trouver les gemmes les plus éclatantes.

De la joie et de l'éclat

Fast forward. Plus d'un siècle plus tard, Louise et Wilhelmina ont laissé leur place à une nouvelle génération de spécialistes, et la petite entreprise familiale a pris son envol, rejoignant en 2024 le groupe Rolex. Si la maison compte désormais plus de 100 points de vente dans le monde entier, son coeur battant se trouve toujours à Lucerne. Ici, tous les corps de métier nécessaires à la création des pièces de joaillerie les plus exquises sont réunis sous le même toit.

Star parmi les stars, le diamant tient une place à part dans l'univers Bucherer. Glânés sur des salons ou directement auprès de commerçants, ces sublimes cailloux passent par une inspection impitoyable: les 4 C. Il ne s'agit pas d'un groupe de musique, mais de quatre critères qui permettent de définir la valeur d'un diamant. Primus inter pares, il y a d'abord la taille (ou *cut*), oeuvre du lapidaire qui taille la pierre brute. Le seul facteur qui n'est pas déterminé par la nature, et sur lequel l'humain peut véritablement intervenir. Car un diamant ne brillera d'un éclat incomparable que s'il a été taillé dans le respect de proportions rigoureuses. On parle par exemple de forme coussin ou émeraude ou, plus rare, de briolette (voir dans les pages précédentes). Le type de taille dépend avant tout de la forme naturelle du diamant. La symétrie des facettes, les proportions et les dimensions de la table (la plus grande des facettes) jouent un rôle fondamental dans son évaluation finale. Dès 57 facettes, un diamant taillé de forme ronde peut par exemple prendre la qualification de «brillant». Vient ensuite sa pureté (*clarity*): un diamant dit «IF» (*internally flawless*, sans aucune imperfection visible), très rare, est le nec plus ultra. Mais un «VVS» (*very very slightly included*) est déjà exceptionnel. La couleur est le troisième des 4 C. Pour ce critère, les experts attribuent une lettre entre D et Z. De D à H, un diamant est considéré comme blanc, une nuance rare. Le quatrième et dernier C est celui des carats, soit le poids du diamant, 1 carat équivalant à 0,2 grammes. En gros, plus le diamant a de carats, plus il y a de probabilité que de petites inclusions s'y trouvent logées… Un diamant de taille poire de 3,5 carats, de couleur G et d'un degré de pureté VS1 est donc remarquable à tous égards…

Touche chic supplémentaire, tous les solitaires de la collection Joy permettent de jouer le *stacking*, ou l'accumulation – par exemple la bague de fiançailles avec une alliance! Outre les différents alliages à disposition (or blanc, jaune, rose ou platine), le client peut choisir entre différentes options en termes de couleurs, de pureté et de carat et de formes. Cette grande liberté de personnalisation permet à chaque client de créer un bijou totalement individuel, parfaitement adapté à ses envies et à son style. Vous ne regarderez plus jamais un diamant de la même manière.



La taille d'un diamant, œuvre du lapidaire, influence sur sa valeur finale.

PASSER LA BAGUE AU DOIGT

L'histoire de l'anneau passé à un doigt en signe d'union entre deux personnes remonte déjà à l'Egypte antique et se cristallise à l'époque romaine. Mais la version solitaire – avec diamant! – est datée avec précision: 1477. Cette année-là, l'archiduc Maximilien d'Autriche glisse à l'annulaire de sa promise, Marie de Bourgogne, une bague incrustée de diamants. L'acte, largement documenté, est considéré comme la première utilisation officielle d'une bague sertie de diamants par la noblesse européenne pour sceller une union. Petit à petit, ce type de bijou va devenir le compagnon incontournable de toute demande de fiançailles. Chez Bucherer, les collections de solitaires sont particulièrement recherchées. Les diamants, soigneusement sélectionnés par le fameux Gem Lab, de taille ronde, coussin, ovale, poire ou émeraude, sont à l'origine de chaque création. Toutes sont réalisées en or 18 carats ou en platine. Mais la maison fait bien évidemment aussi dans le sur-mesure.

PHOTOS: DR BUCHERER

TON MAGAZINE LIFESTYLE

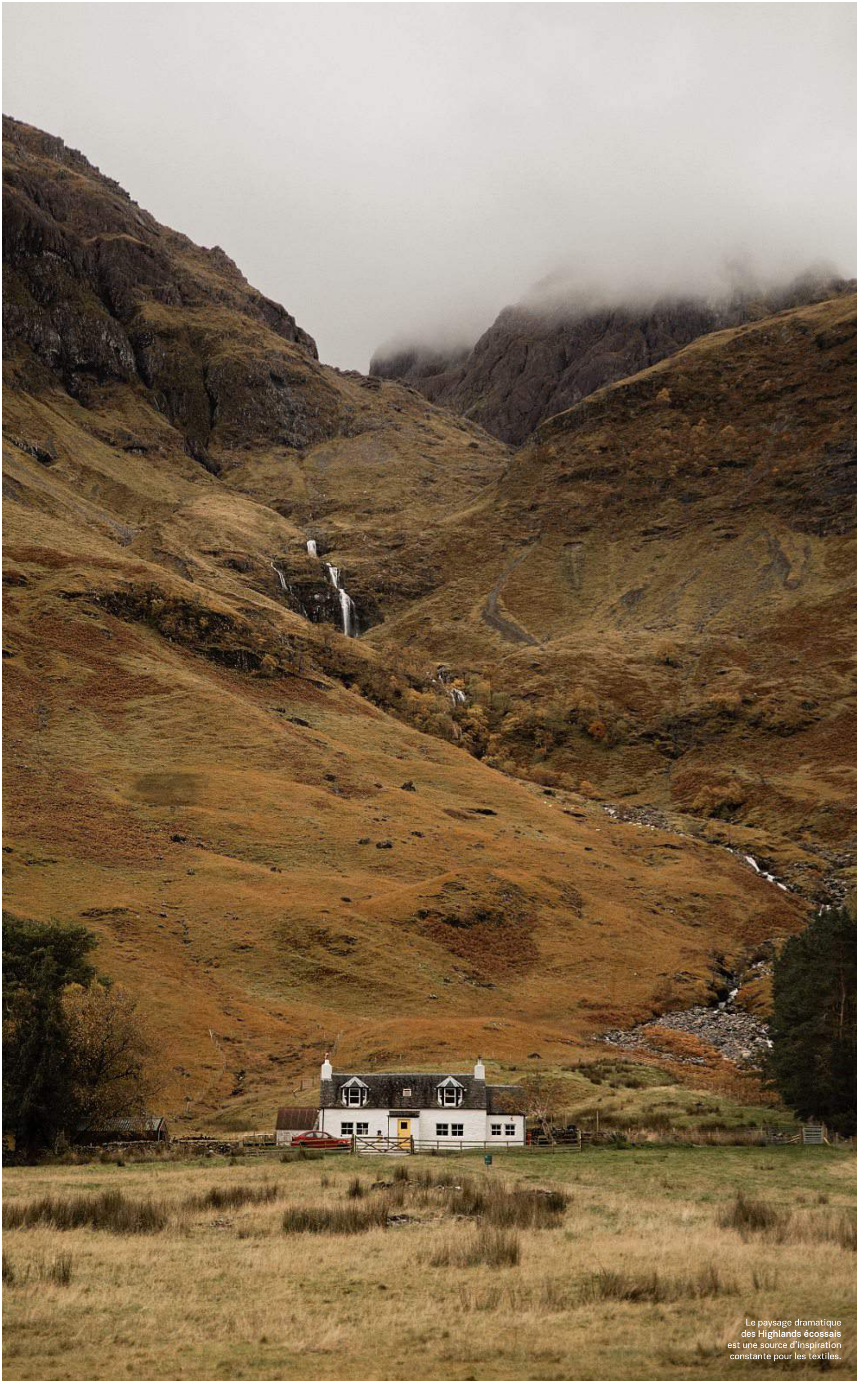
TOUJOURS AVEC TOI



MODE ● AVENTURE ● BEAUTÉ ● DESIGN ● VOYAGES

PHOTO: SABINE VILLIARD

www.encore-mag.ch



Le paysage dramatique des **Highlands écossais** est une source d'inspiration constante pour les textiles.

PHOTOS: FRAN MART, DR HIGHLAND OUTFITTERS

L'ÉCOSSE
SUR UN FIL

ENTRE **TWEED ET TARTAN,** LE PAYSAGE SE TISSE EN ÉTOFFES PUISSANTES. DE JEUNES ARTISANS REVISITENT LA TRADITION.

DE RETOUR DES HIGHLANDS ***RENATA LIBAL***

Des fougères... Qui aurait parié sur la somptuosité flamboyante de fougères en automne, alors que leurs frondes s'affaissent aux premiers coups de froid? Et pourtant! Les sommets vallonnés des Highlands se teintent de nuances fauves et cuivrées, dans une symphonie lumineuse à couper le souffle. C'est l'effet de la fougère aigle, si commune sur place, qui envahit landes et tourbières. Bienvenue sur les routes écossaises, ces étroites bandes qui ne permettent pas à deux voitures de se croiser sans que l'une ne s'arrête. Tant mieux: c'est dans la lenteur et la civilité que l'on savoure le mieux ce vaste paysage jalonné ça et là d'un château ou d'une demeure à tourelles. L'itinérance se faufile au cœur de forêts si denses que les promeneurs ne rêvent même pas de quitter le goudron, suit les cours sinueux des rivières, longe des murets mangés de mousse. Pas étonnant sans doute que cette nature si intense, si présente, occupe fortement l'imaginaire écossais. C'est là aussi que s'enracine la tradition textile, ces tartans dont sont taillés les kilts, ces tweeds subtils qui enchantent les élégants – et élégantes, depuis que Coco Chanel les a détournés de leur première mission de tenue champêtre.

Dans la ferme familiale de Tombane, délicieusement restaurée et garnie de fleurs séchées, au pieds des collines du Perthshire, Nicholas Martin, 23 ans, accueille les visiteurs. Il voue une véritable passion aux kilts, ces jupes plissées portefeuilles qui ont fait la renommée des régiments écossais de l'armée britannique du XVIIIe siècle. Avec son père, Hamish, et sa mère, Liberty, il a fondé l'entreprise d'habillage Highland Outfitters en 2023, porté par le désir de valoriser et de moderniser l'héritage textile de la région. «Le kilt reste évidemment un marché de niche, raconte-t-il, mais on voit clairement renaître un intérêt pour la tradition et l'artisanat. Lors des festivals ou des matches de rugby, les hommes en kilt sont de plus en plus nombreux, quitte à le porter avec un t-shirt et des sneakers.» Lui-même en possède une demi-douzaine: un taillé dans un tissu historique, un autre aux couleurs du clan Cameron auquel sa famille est affiliée et quatre autres qui portent les motifs dessinés par sa mère et inspirés des saisons. Chaque pièce est conçue sur mesure et nécessite 8 yards (7,3 mètres!) de tissage de laine, réalisé par un réseau de petites entreprises locales. Passionné d'histoire et de généalogie, formé auprès de tailleurs traditionnels, le jeune homme fait souvent des présentations et des séances d'essayage aux Etats-Unis ou dans les hôtels de luxe, car la clientèle américaine d'origine écossaise est la plus friande de l'inscription historique que la tenue représente. «Il s'agit souvent d'un cadeau pour un fils, au moment de sa majorité, explique Nicholas, une manière de renouer avec son héritage par le biais d'un habit de cérémonie.»

La marque d'une région

Or, le tartan dont sont coupés les kilts n'est pas une mince affaire. Chaque fil, chaque nuance de ces carreaux entrecroisés est porteuse de sens. Hamish Martin, le père, s'est lancé dans l'aventure textile par passion pour le jardin et la nature. Il n'est heureux que parmi les plantes sauvages qu'il cueille, les écureuils rouges et les martres des pins (représentées sur leur broches à kilt) qui gambadent sur le domaine. Et surtout, ce fameux agrion hasté, une sorte de demoiselle très menaçée, dont les marais voisins sont l'un des rares lieux de reproduction en Europe. Le corps bleu électrique de l'insecte sert d'inspiration principale pour le tartan d'été. «Traditionnellement, explique-t-il, le tartan était une manière dont les gens s'identifiaient et affichaient la marque de leur région. On savait reconnaître le vert mousse des montagne ou le vert éteint des algues côtières. C'était une histoire de lieu, de morceau sacré de la terre où l'on vivait.» Plus tard se sont greffées là-dessus des distinctions de clans, puis l'esprit de révolte et de farouche indépendance écossaise après le *Dress Act* de 1746, cette loi britannique instaurée suite à la défaite des Jacobites lors de la bataille de Culloden, qui a interdit durant quarante ans le port du costume des Highlands, à l'exception des uniformes réglementaires des régiments de l'armée britannique.



TARTAN D'AUTOMNE

Les verts éteints de la mousse, le jaune orangé des chanterelles, le brun sauvage des plantes qui fanent signent l'harmonie de ce motif automnal créé par la maison Highland Outfitters.





L'objectif en était de briser la puissance des clans et de réprimer toute incitation à la rébellion. C'est dans cette culture de fierté anticonformiste que s'incrit aussi, des siècles plus tard, le choix du kilt et du détournement du traditionnel motif rouge, bleu, noir et jaune, le Royal Stewart, par les mouvements punks des années 1970.

Si les entreprises artisanales comme Highland Outfitters se lancent ces dernières années pour rajeunir la tradition, le tartan reste encore souvent une affaire très officielle. Il existe même un registre écossais des tartans, qui recence plus de… 13500 motifs différents, avec 15 à 20 nouveaux venus chaque semaine. L'historien Peter MacDonald est spécialisé, depuis quarante-cinq ans, dans la recherche sur ces textiles si intimement liés au sentiment national. Son travail consiste à traquer les fragments anciens et à en reconstituer les techniques et les couleurs précises. A cet effet, il s'est même initié au métier à tisser, sur lequel il est en train de recréer personnellement le dernier échantillon existant des 65 kilomètres (!) du *Black Watch Tartan* original, ce célèbre carreau vert foncé, noir et bleu. «Mais la plus ancienne pièce de tartan retrouvée date du XVIe siècle, raconte-t-il, comme en atteste la datation au carbone 14. Il s'agit du motif Glen Affric, dans des teintes rouille. Chaque recherche est un plongeon passionnant dans l'histoire.» Et comme c'est justement cet ancrage identitaire et le regain d'amour pour l'artisanat qui animent les nouveaux convertis, les grandes maisons misent sur la profondeur culturelle. L'an dernier, House of Edgar, le leader mondial sur le marché du tartan, a développé un ambitieux projet avec Peter MacDonald pour recréer fidèlement six tartans d'importance majeure, ressuscitant au passage la finition de tissage historique, avec sa lisière en chevrons. Inutile de préciser que ces petits chefs d'œuvres textiles sont réalisés dans des ateliers traditionnels, que les kilts sont coupés par des tailleurs classiques et que la laine est issue prioritairement de moutons écossais…



LE MOUTON CHEVIOT

C'est la race la plus adéquate pour les tweeds et tartans, car sa laine douce permet un fil à forte torsion, bien serré, qui assure une bonne résistance. Avec ses 6,5 millions de têtes, l'Ecosse compte davantage de moutons que d'habitants – mais une partie de la laine tissée en Ecosse provient tout de même de Nouvelle-Zélande.

L'attrait trompeur du tartan facile

Au regard de cette attention munitieuse portée à la qualité et au savoir-faire, une seule recommandation: toi, touriste dans les rues d'Edimbourg, prends garde! Si un kilt vrai de vrai, du bon poids et dans la bonne finition, vaut facilement 1200 euros, les échoppes à souvenirs regorgent de nippes tissées en Chine ou en Inde qui ne valent pas même les 19 euros qu'ils affichent en grands panneaux rouges. La capitale écossaise est devenue une vraie plateforme à vols bon marché, et les hordes internationales qui cheminent vers le château font le plein d'écharpes et de cravates prétendument en tartan, prétendument faites localement, prétendument typiques… Les amoureux de belles pièces n'ont qu'une solution: fuir!

… Mais pas forcément très loin! A quelques kilomètres au nord de la ville, à peine quitté l'entrelac des autoroutes, la quête de tissages d'exception mène vers un étrange manoir néogothique flanqué de tourelles crénelées. C'est là l'antre secrète d'Araminta Campbell, où l'on ne se rend que sur rendez-vous. Diplomée en beaux-arts, spécialisation broderie, à l'école d'art de l'université de Manchester, l'artiste textile a lancé son entreprise en 2016 et s'impose déjà comme une figure majeure de l'artisanat de luxe au Royaume-Uni. Son univers à elle, c'est le tartan – mais version douce. Pas de kilt flamboyant à l'horizon, plutôt des étoles, des écharpes enveloppantes et des textiles de décoration, appelés à habiller coussins et rideaux des maisons sophistiquées. Sa dernière collection est inspirée par les fleurs mellifères du jardin de sa maman, d'autres évoquent une balade au fil de l'eau ou un matin sur le sable, en bord de mer. «Je suis arrivée au tissage par l'art… et par hasard, raconte Araminta. Ma maman est allergique à beaucoup de types de laine et, une année, j'ai voulu lui tisser une écharpe en alpaga pour Noël. J'ai réalisé trois motifs, pour qu'elle puisse choisir. Et des proches ont tout de suite voulu les acheter. En même temps, un client m'a demandé de concevoir un motif tartan pour lui… Les étoiles se sont alignées et j'ai lancé mon entreprise avec cette idée de textiles intimes, qui chuchotent une histoire.» Depuis, l'entrepreneuse s'est initiée au tissage en autodidacte, a acheté cinq métiers mécaniques, engagé neuf personnes… Et initie des programmes dans les écoles primaires, pour sensibiliser les enfants à la préciosité des tissus et aux enjeux de la production à petite échelle. «Je suis mère de trois fils, de 7, 5 et 1 ans, souligne-t-elle. J'aimerais que pour cette génération, les métiers du textiles soient une vraie option… et que les jeunes sachent ce qu'ils achètent.» La puriste pousse loin l'obsession de la traçabilité: ses châles en édition limitée portent, sur le label, le nom de la tisseuse… et ceux des moutons qui ont fourni la laine.

En attendant, le cœur de son métier réside dans l'élaboration de tartans sur mesure, ces jeux de couleurs subtils qui dessinent la personnalité du commanditaire. Le tout premier client a été le fabuleux hôtel d'art The Fife Arms (*lire ci-contre*): vert sombre des sapins sylvestres, vert clair du lichen, jaune flamboyant de l'ajonc des landes, rouge éteint du granit du bâtiment. Araminta Campbell a perdu le compte exact des motifs créés, mais pose sur les genoux de la visiteuse un lourd échantillonneur qui répertorie son travail. Au hasard: le délicat carreau vert et bleu, à l'image des paysages traversés, pour les sièges du train de luxe Belmond, ou l'audacieuse et éclatante harmonie de rose, d'orange et de rouge pour l'usage personnel de la célèbre galeriste suisse Ursula Hauser. Etonnamment, toutes ces teintes sont

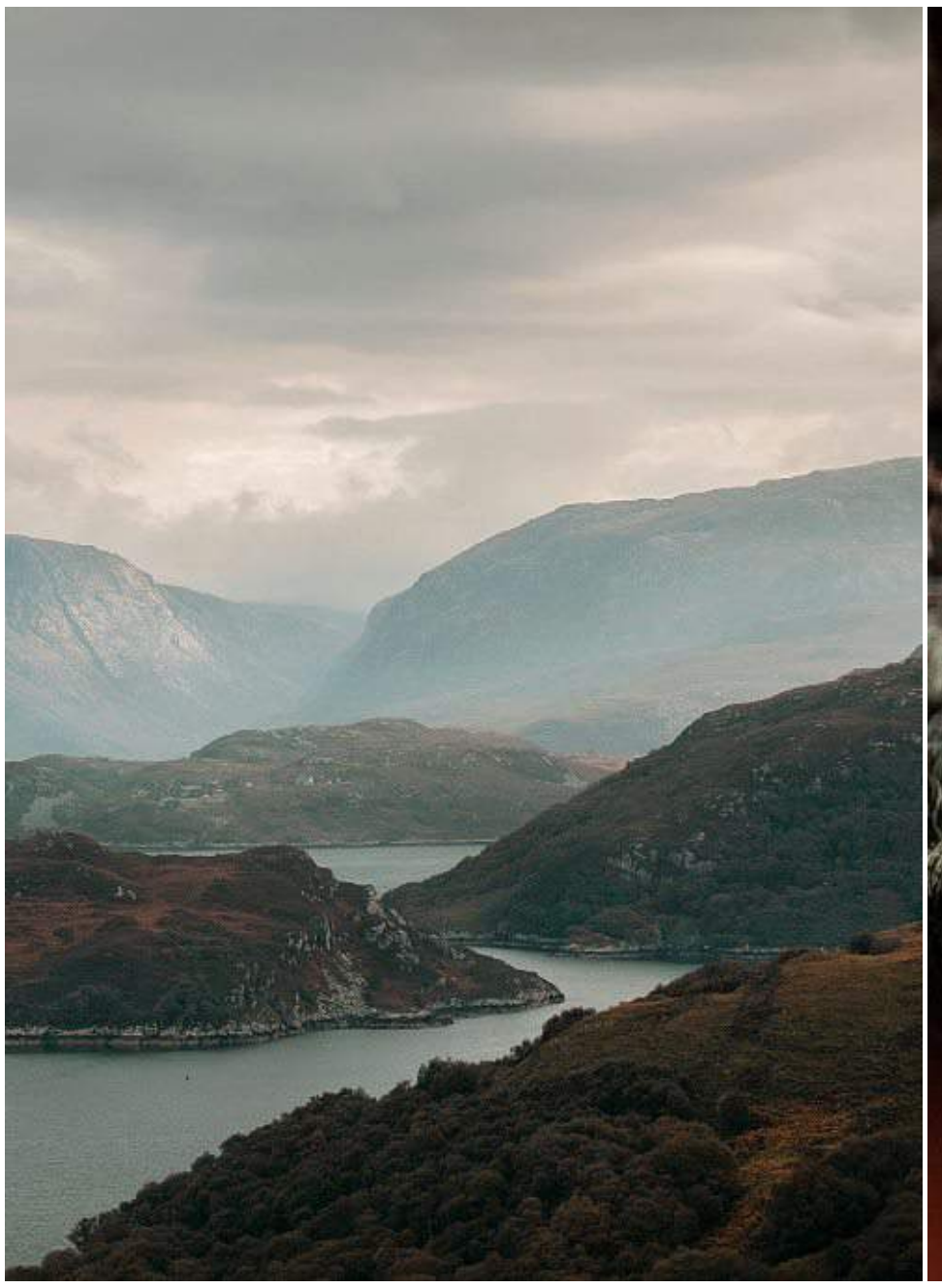
> Dans les tissus écossais, **le tartan joue l'ostentatoire,** le tweed le camouflage.

TARTANS SI NATURE

À GAUCHE L'artiste textile Araminta Campbell n'utilise que des teintures végétales naturelles pour les laines que ses ateliers tissent.

À DROITE Son motif Garden Bloom reprend les teintes du jardin de ses parents près d'Aberdeen: bleuets, digitales, cœur d'échinacées… Les tartans traditionnels comptent un maximum de six couleurs, ce qui crée jusqu'à 21 nuances, par effet de superposition.

PHOTOS: FRAN MART, DR ARAMINTA CAMPBELL, DR FIFE ARMS





TWEED SI DISCRET

À GAUCHE Le nuancier des méandres de la rivière Tay se retrouve dans la subtilité des tweeds tissés par la fabrique artisanale Glenlyon, à Aberfeldy.

À DROITE Alors qu'en production industrielle le fil est souvent teint uniformément, à la bobine, chaque manufacture artisanale a son secret pour composer sa couleur à base de fibres aux nuances différentes. L'effet est beaucoup plus subtil.

naturelles, conçues sur mesure avec des recettes de presque-sorcière. La plus compliquée à obtenir? «Sans hésiter: ce turquoise, à base de grenade, d'indigo et de racine d'alcanette.»

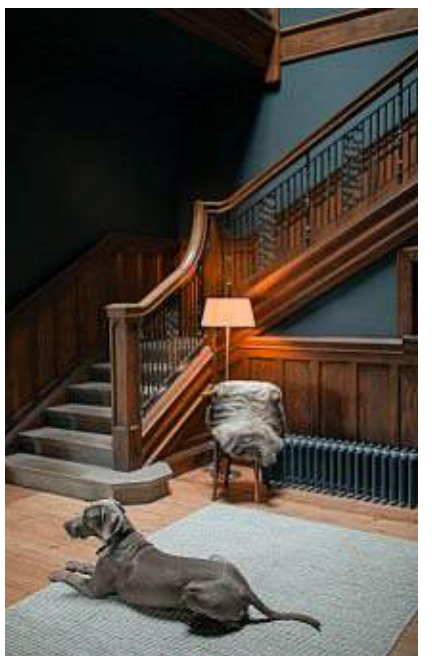
L'approche très sensible à l'environnemnt naturel, propre à la nouvelle génération d'artisans, rencontre le respect des traditionalistes, ravis de ce regain de passion, qui freine (à peine...) le déclin de l'industrie textile locale, qui ne repose plus que sur les grandes maisons. Mais elle suscite aussi quelques haussements de sourcils: «Historiquement, rappelle Peter MacDonald, le tartan visait à s'éloigner autant que possible des palettes subtiles de la nature. Les premiers colorants artificiels datent de 1856 et les gens voulaient alors montrer qu'ils avaient les moyens de se les offrir. Ils tenaient aux couleurs éclatantes! Et le rouge vibrant incarnait le summum de cette quête. Pas étonant que tous les puissants posent en tartan rouge sur les portraits d'époque.»

Et le tweed, alors?

L'affaire est claire: le tartan et son meilleur ambassadeur, le kilt, sont des parures d'apparat, de cérémonie, conçues pour ne jamais passer inaperçues. Tout l'inverse de l'autre étoffe qui signe l'Ecosse, ce tweed lui aussi en retour de tendresse. Cap donc au nord, vers la charmante bourgade d'Aberfeldy, blottie dans un méandre de la rivière Tay. Les landes et les tourbières verdoient en chemin, mouchetées de moutons, comme autant de pelotes de laine éparpillées dans la nature. Au centre-ville est sise l'ancienne filature et fabrique de tweed de Glenlyon, qui est en train de reprendre ses esprits après des années de déclin. Par la grâce d'un récent rachat par le tailleur historique Stewart Christie & co., elle relance un service de vêtements sur mesure et tisse sur place, artisanalement, les plus subtils des tweeds. Là aussi, on crée des tissus personnalisés, souvent pour de l'*estate wear* – garde-robe domaniale, si, si. «Le tweed est une étoffe de camouflage», insiste Crawford Campbell, le tailleur maison, qui prend les mesures des clients de passage. Et de raconter comment un propriétaire terrien a un jour commandé plusieurs variantes d'un tweed inspiré de la végétation de son domaine, en a habillé ses chasseurs et gardes forestiers, puis leur a demandé de gravir la colline. Le premier motif à disparaître à l'horizon est devenu la signature officielle de la maison. Mais que l'on se rassure: une belle veste en tweed se fond aussi très élégamment dans le paysage urbain.

Ecouteurs et podcasts dans les oreilles (les machines mécaniques des années 1970 sont bruyantes!), Isaac Ross, ancien brasseur, s'est reconverti il y a cinq ans au métier à tisser et dompte patiemment les quelques 1680 fils de sa trame. Pour Glenlyon, il choie ses quelque 90 mètres de tweed tous les trois à quatre jours. Mais l'été dernier, il s'est aussi tissé le tartan destiné au kilt de son mariage. Une vraie fierté! Nicola, une invitée à la fête, en a encore les paupières qui battent: «C'est tellement beau un homme qui danse en kilt, raconte-t-elle. Il y a une vraie joie à admirer le mouvement du tissu, la circulation des couleurs et cette langueur liée au poids de la laine... La gestuelle prend une ampleur dramatique et spectaculaire.» Clairement, en jean, sans histoire secrète, l'affaire aurait moins d'allure.

Les étapes d'un voyage





Chez soi en mieux dans les Highlands. A Aberfeldy, à 90 minutes d'Edimbourg, une demeure majestueuse vient de s'ouvrir en hôtel intimiste. La décoration intérieure joue la modernité sobre, laissant toute la place au paysage encadré derrière les fenêtres. Les visiteurs guettent les cerfs dans le parc à la tombée du jour... avant de se retrouver à la longue table d'hôte nappée de blanc. Le chef maison s'appelle Tasso Neofitos et se passionne pour le garde-manger naturel autour de lui. Entre cueillette et produits de saison, ses banquets sont un événement chaque soir.
Dun Aluinn, Alma Ave, Aberfeldy, dès 400 fr., dunaluinn.com

L'hôtel musée. Le château de Balmoral, tout proche, a inscrit depuis 170 ans le village de Braemar sur la carte touristique. L'ancien relais postal a été racheté par le couple de collectionneurs d'art Manuela et Iwan Wirth. Rouvert après rénovations et interventions artistiques en 2019, l'hôtel de luxe se visite aujourd'hui comme un musée (1600 œuvres d'art, dont des Picasso, des Lucian Freud et... un Brueghel), mais aussi comme un monument érigé à la gloire des savoir-faire et traditions locales. Le tartan maison créé par Araminta Campbell en témoigne.
The Fife Arms Hotel, Braemar, dès 795 fr. la nuit, thefifearms.com

Sur mesure

Le voyagiste lifestyle Voyageurs du Monde organise des circuits personnalisés, avec organisation de rencontres selon les intérêts de chacun. Merci à leur équipe d'experts pour les précieux conseils et leur soutien au long de ce reportage.
Agences à Genève (rue de la Rôtisserie 19), Lausanne (rue du Grand-Chêne 6) et Zurich (Löwenstrasse 11), renseignements sur voyageursdumonde.ch



Porte-mug de voyage Nespresso x Swarovski, ***Nespresso.*** Suspension Mina, en impression 3D rose, bleu et blanc, ***Warren et Laetitia.*** Capsule de café Vertuo Blueberry Cheesecake Flavoured, édition limitée, ***Nespresso.*** Eponge coréenne tranche d'orange, chez Dis bonjour à la dame (Paris). Capsules de café Original Hazelnut Brownie Flavoured, édition limitée, et tasse à espresso PIXIE Nespresso x Swarovksi, édition limitée, ***Nespresso.*** Plateau en émail sérigraphié, ***Atari,*** chez Le monde sauvage (Paris).

SANS PRISE **DE TÊTE**

IL N'Y A PAS QUE LES FLEURS! DE JOYEUSES **ATTENTIONS ESPIÈGLES** ENTRETIENNENT L'AMITIÉ.

PHOTOGRAPHE *MARIE FLORES* ***STYLISME & SET DESIGN*** *CÉCILIA BLACHAS*



Petits coureurs cyclistes, chez Dis Bonjour à la Dame. Boîte en laque verte, ***Reda Amalou,*** chez Secret Gallery (Paris). Capsule de café original Hazelnut Brownie Flavoured, édition limitée, ***Nespresso.*** Bougeoir Oscar, ***Warren et Laetita.*** Stylo-bille 849 Toile de Jouy, ***Caran d'Ache.*** Mug de voyage large Nespresso x Swarovski, édition limitée, ***Nespresso.*** Trousse ***Kito,*** chez Le papier tigre (Paris). Cuillère en nacre, ***Maison nordique.***



Foulards, ***Emile et Ida.*** Boîte en laque orange, ***Reda Amalou,*** chez Secret Gallery. Couteau suisse Classic SD Precious Alox, ***Victorinox.*** Presse-agrume ***Ker Poyo,*** céramique, chez Le Rocketship (Paris). Ciseaux japonais Triangle Vert, ***Toa Scissors,*** chez Le papier tigre. Carnet A5 mauve, ***Leuchtturm1917.***



Casquette grise, ***Varsity.*** Carnets Ark, chez Dis bonjour à la dame. Stylo jaune fluo 849, ***Caran d'Ache.*** Assiettes blanches à pastille jaune et verte, ***Camilla Engdhal***, chez Le Rocketship. Stylo-bille vert et bleu Caraïbes, chez Le papier tigre. Eponge coréenne feuille de salade, chez Dis Bonjour à la dame. Boîte en laque carminée Ondine, ***Maison Mercoeur.*** Bougeoir mauve, ***Warren et Laetitia.***



Pastels Néocolor II Aquarelle, ***Caran d'Ache.*** Chouchou Flamenco, ***Emile et Ida.*** Capsule de café Vertuo Crystal Spark Double Espresso, édition limitée, ***Nespresso.*** Miniscrayons, chez Le papier tigre. Coussin ***Sweet Bombay***, chez Le monde sauvage. Echantillon peinture jaune vif, collection Le Corbusier, ***Ressource.*** Bougeoir Greta, céramique laquée rouge, ***La Redoute.*** Ornement en cristal Original Nespresso x Swarovski, édition limitée, ***Nespresso.*** Bonnet en laine mérinos, ***Emile et Ida.***

DES GOÛTS ET DES COULEURS. Mais alors beaucoup, beaucoup de couleurs. Que ce soit pour faire face à la grisaille ambiante ou pour assortir son stylo avec la tapisserie de son salon, les coloris les plus éclatants font leur show. Notre répertoire d'accessoires chargés de bonne humeur revisite toutes les pièces de la maison, quand il s'agit de laver sa vaisselle avec grand style, de déguster un café parfumé ou d'écrire des mots doux. Autant d'attentions bien choisies pour se faire plaisir ou pour distiller des ondes positives autour de soi.

Parce qu'il n'y a pas que l'option boîte de chocolats ou bouquet de fleurs à disposition. De l'originalité, que diable! Et, surtout, parce que dénicher des petits présents personnalisés décuple la valeur perçue du geste. C'est là un véritable art que de savoir transformer un article du quotidien en souvenir unique, en petit moment privilégié. Et cela, qu'il s'agisse de choisir spécifiquement tel coussin en velours, tel foulard ou même une simple éponge.

Le domaine de la papeterie se prête bien à ce petit jeu. Un beau stylo, un joli cahier, c'est la garantie d'un retour à l'intime, du temps qui s'étire. En déco, il suffit d'ajouter un peu de bienfacture, et le moindre bougeoir devient minisculpture. Un dessin imaginé par une artiste sur un foulard? Voilà une œuvre d'art à porter sur soi. Et une tasse malicieuse, aux teintes du bonheur, confère une saveur toute particulière à son breuvage quotidien. Des produits somme toute banals qui, comme par magie, apportent le sourire.

COLLABORATION LUMINEUSE

Quand la plus emblématique des marques de café suisse et ses incontournables capsules rencontre le plus célèbre fabricant de cristal, le résultat ne peut qu'être iconique. Place donc à la collaboration en édition limitée Nespresso x Swarovski. L'idée? Une collection imaginée pour être offerte, en petits cadeaux savoureux. L'objet star en est la capsule de café en cristal, à accrocher au sapin, avec ses reflets magiques. Mais rien n'empêche évidemment quiconque de l'utiliser comme grigri pour sac à main, une fois le père Noël passé. A noter aussi: l'indispensable mug de voyage, avec un élégant porte-mug, tout de cuir vert et d'éclats brillants. De charmantes tasses Pixie roses ou vertes, en acier inoxydable à double paroi enrichissent la collaboration. La magie ne serait pas complète sans un calendrier de l'avent, rempli de... 23 capsules de café. Et la fenêtre du 24 décembre? Surprise!



Transcendée, **la mythique calandre BMW** reste reconnaissable.

Pleins feux sur la lumière

JUSQU'ICI, À LA NUIT TOMBÉE, LES VOITURES SE DEVAIENT D'ÊTRE VISIBLES. DÉSORMAIS, ELLES DOIVENT ÊTRE RECONNAISSABLES. **L'OBSCURITÉ,** CE NOUVEAU CHAMP DU POSSIBLE POUR LE DESIGN AUTOMOBILE.

TEXTE NINA TREML

Jadis, à la nuit tombée, les voitures apparaissaient comme deux points éblouissants surgissant au loin. Jusqu'à ce que William Morris, un constructeur britannique, ait une idée de génie: pourquoi ne pas aussi illuminer le logo de sa marque? À partir de 1932, un ovale jaune pâle brillait ainsi entre les phares des modèles Wolseley – la «Ghost Light», une lumière fantôme qui hantait les rétroviseurs des autres usagers de la route.

Ce qui n'était alors qu'une curiosité fantaisiste s'avère, près de 100 ans plus tard, être une anticipation du design automobile moderne. «Autrefois, la lumière servait avant tout à voir et à être vu la nuit. Aujourd'hui, elle crée une identité, façonne le caractère d'un véhicule et assume une fonction émotionnelle», explique Sebastian Morgenstern, Senior Exterior Light Designer chez BMW Design.

Cette évolution a commencé à se dessiner au tournant du millénaire. Il y avait notamment les bandes lumineuses LED caractéristiques d'Audi ou les feux arrière verticaux qui signalaient, de loin, «voici une Volvo». Depuis, l'évolution technologique – des simples ampoules à incandescence aux halogènes et au xénon, jusqu'aux véritables écrans lumineux – a ouvert un vaste champ des possibles. Les LED et autres OLED numériques peuvent être commandées de manière indépendante et avec une grande précision. Les blocs optiques deviennent une surface d'affichage, les feux de routes se transforment en projecteurs, tandis que des animations fluides ouvrent une nouvelle dimension. Même le déverrouillage et le verrouillage du véhicule deviennent une mise en scène de la marque: les phares avant et arrière prennent congé ou accueillent le conducteur avec des séquences lumineuses chorégraphiées.

La e-mobilité apporte un élan supplémentaire. Comme les voitures électriques n'ont pas besoin de refroidir un moteur à combustion, la calandre classique disparaît. BMW tire parti de cette liberté sur ses nouveaux modèles électriques comme la i3: la double calandre emblématique est transcendée avec un «Iconic Glow». Un visage entièrement nouveau, mais indéniablement reconnaissable. «La calandre BMW n'est plus un élément distinct, mais se compose de lumière pure», résume Sebastian Morgenstern. Mercedes-Benz utilise elle aussi la lumière de manière ciblée pour exprimer l'identité de la marque: sur la nouvelle Classe C, par exemple, l'étoile à trois branches devient elle-même un insert lumineux dans le phare – elle fait office de feux de jour, clignote dans les virages et se reflète dans les feux arrière. Et cette tendance au design lumineux n'est plus l'apanage de la catégorie luxe, comme le prouve notamment Hyundai avec les «Parametric Pixels» sur ses modèles Ioniq, ou l'ID.Polo de VW avec sa bande LED et son logo lumineux.

> la tendance au **design lumineux** n'est plus l'apanage du luxe.

Comme au cinéma

Des constructeurs chinois comme Zeekr montrent jusqu'où le concept peut être poussé, sur leur marché national. Cette filiale haut de gamme du groupe Geely installe à l'avant de ses véhicules des bandes lumineuses composées de milliers de LED contrôlables individuellement, que l'on peut commander via smartphone pour projeter graphiques, emojis ou textes défilants en temps réel directement sur la face avant. La technologie intégrée aux phares transforme même les voitures en projecteurs mobiles, capables de diffuser des jeux vidéo et des films sur le mur du garage – gadget par excellence pour une génération férue de high-tech.

En Europe et en Suisse, cette profusion photonique se heurte toutefois à des limites réglementaires qui définissent les fonctions lumineuses, les couleurs et les animations autorisées dans la circulation publique et interdisent les affichages librement programmables. Sebastian Morgenstern n'est de toute façon guère favorable à cette course à l'armement lumineux: «Un bon design lumineux met en valeur le langage stylistique d'un véhicule sans devenir une fin en soi, assure-t-il. C'est la clarté et la précision qui produisent le plus grand effet.» Deux éléments indispensables lorsque la lumière franchit sa prochaine étape évolutive, passant de carte de visite lumineuse à moyen de communication. Si les capteurs d'un véhicule détectent un embouteillage, les feux arrière peuvent modifier leur graphisme et afficher des mini-triangles de signalisation intégrés. Les intentions du conducteur comme son état d'alerte pourraient également être communiqués à l'extérieur.

Cela revêt une importance particulière dans le cadre de la conduite autonome: là où le contact visuel entre l'homme et la machine fait défaut, la voiture doit indiquer d'une autre manière ce qu'elle fait. La boucle est en train de se boucler: ce qui servait autrefois avant tout à être vu, qui est devenu l'expression du design et de l'identité de marque, devrait à nouveau, dans un avenir très proche, contribuer davantage à la sécurité routière.

SIGNAUX DE RECONNAISSANCE





Chez **Mercedes** (à g.), l'étoile à trois branches est insérée dans le phare. Le symbole de la marque allemande fait office de feux de jour et clignote même dans les virages. Les phares de la Ioniq électrique de **Hyundai** (à dr.) s'inspirent eux du pixel et permettent toute une palette d'animations.

PHOTOS: DR MERCEDES-BENZ GROUP AG, DR HYUNDAI, DR BMW



Silhouette tout cuir signée **Tom Ford** par Haider Ackermann.



Chaise Althea, accoudoirs en aluminium et assise en cuir, **Rimadesio.**

Rigueur **Cuir**

ESPRIT NOCTURNE, **CUIR NOIR ET SILHOUETTE SCULPTURALE,** LE MOBILIER D'ASSISE EMPRUNTE À LA MODE SON GOÛT POUR LA RADICALITÉ.

TEXTE ENDRIT NURCAJ



De gauche à droite Assise Nena, accoudoir en cuir et aluminium, **B&B Italia.** Chaise CH66, en cuir et acier chromé, **Cassina.** Chaise Avalon, en cuir et acier chromé, **Flexform**.



Fauteuil Lia, en cuir et bois massif de frêne teinté, **Molteni.** Fauteuil et repose-pieds Pattie, pivotant, métal brossé et cuir, **Minotti.**

PHOTOS: DR TOM FORD, DR RIMADESIO, DR B&B ITALIA, DR CASSINA, DR FLEXFORM, DR MOLTENI, DR MINOTTI



En harmonie avec les tons naturels de la collection d'automne de **Ralph Lauren,** on ne voyait sur les joues des mannequins qu'une sobre touche de couleur.

Les joues **apaisées**

CET AUTOMNE, **L'ANTIBLUSH** CONSTITUE L'ALTERNATIVE DISCRÈTE AU FARD À JOUES QUI A – PARFOIS – TENDANCE À DÉBORDER.

TEXTE TINA BREMER

Longtemps, le «nude» a été considéré comme le nec plus ultra en matière de maquillage. Puis, subtilement dans un premier temps, une certaine lassitude s'est installée, et même les plus grandes adeptes du minimalisme ont commencé à s'ennuyer face à ce luxe discret sur le visage. Et la situation a dégénéré. Le feu d'artifice de couleurs est devenu incontrôlable. La rébellion a pris la forme de fards à joues aux teintes vives, appliqués sur des zones de plus en plus étendues. Ce qui n'était au départ qu'une touche discrète sur les pommettes s'est transformé en véritable incendie: le rose vif et le fuchsia se sont étirés jusqu'aux tempes (on parle de «draping») et ont remplacé jusqu'aux correcteurs anticernes (le fameux «undereye blush»). Le fard à joues est allé jusqu'à flirter avec les paupières. Pas étonnant que cette utilisation excessive ait donné naissance à un nouveau terme, le «blush blindness», qui décrit un phénomène qui hante les réseaux sociaux depuis maintenant deux ans: des personnes qui se sont tellement habituées à l'utilisation intensive du fard qu'elles ne se rendent plus compte lorsqu'elles ont puisé trop profondément dans le pot de couleurs. Cet été, le look «Sunburn Blush» imitait même délibérément un coup de soleil. Les dermatologues ont sans doute levé les bras au ciel.

Effet naturel, ou presque

Mais comme on le sait, toute tendance finit par être remplacée par sa contre-tendance. Et voici donc la réponse au *too much blush*: les «antiblushes». Qu'entend-on par là? Des fards à joues qui se confondent presque avec la carnation naturelle. Des teintes discrètes, faites pour l'automne doré, lorsque la lumière s'adoucit et que le teint pâlit. Des nuances chaudes de beige, de mauve, de rosé, de terre cuite et de marron, des teintes mates qui donnent plus de profondeur au visage. Contrairement au look «nude», on distingue une touche de couleur sur les joues, juste ce qu'il faut pour donner l'impression de revenir d'une promenade dans l'air frais de l'automne. C'est la teinte «Film Noir Buff» de MAC qui a lancé la tendance. Un produit en rupture de stock depuis des semaines déjà. «C'est un fard à joues brun aux nuances mauves, ce qui ne donne pas nécessairement aux joues cet aspect frais auquel nous sommes habitués avec un fard à joues classique, mais imite plutôt une ombre et confère plus de relief au visage. Ce fard à joues est moins saturé et donne ainsi à la peau un effet de modelage plutôt naturel», explique Angelo Rauseo, Global Senior Artist chez MAC. C'est l'actrice et influenceuse Kim Senser, basée à Los Angeles, qui a inventé le terme d'antiblush. Sa vidéo TikTok, dans laquelle elle se maquille avec ce blush, a généré plus de 2 millions de vues. Parallèlement, la tendance less is more sur les joues est devenue virale en Asie. La marque chinoise Red Chamber a ainsi lancé toute une palette de teintes discrètes, comprenant notamment la sous-catégorie «Anti-Blush Trendmakers».

Plutôt liquide ou poudre?

Pour que le look ne paraisse pas «cendré», la teinte choisie ne doit s'écarter que très légèrement de sa propre carnation. L'application requiert également beaucoup de doigté: si une teinte brune est appliquée trop bas, elle risque d'accentuer les ombres du creux des joues et de donner un aspect émacié au visage. «Le produit doit être appliqué avec parcimonie sur le point le plus haut des joues, et bien estompé. Cela permet de préserver le relief naturel du visage sans créer l'effet typique du fard à joues», explique Karin Marschall, responsable de l'expérience client pour l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse, chez Estée Lauder Companies.

Les fards à joues en poudre comme ceux en crème conviennent tous deux à ce look. «Le blush en crème offre un rendu particulièrement doux, proche de la peau et naturel. Il s'estompe facilement et convient donc parfaitement à un look moderne et discret de type seconde peau, en particulier pour les peaux normales à sèches. Le fard à joues en poudre offre davantage de contrôle et permet un dosage très précis. Il offre un rendu plus mat et est particulièrement adapté lorsqu'on recherche un fini longue tenue ou un aspect de peau plutôt poudré et impeccable», explique Karin Marschall. Rarement un contre-mouvement n'aura été aussi délicat. En ces temps tourmentés, c'est toujours un peu de douceur volée au tumulte du monde.

SECONDE PEAU

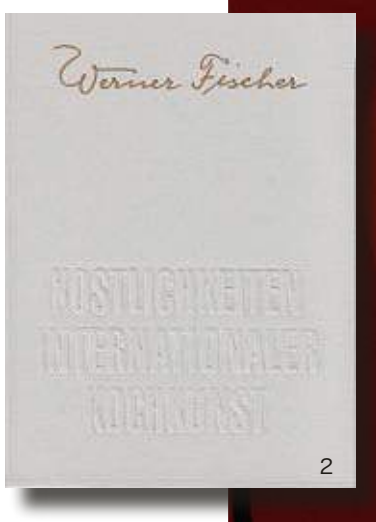


En haut, de gauche à droite: Blush poudre sculptant, Rebellious Rose, 57 fr., ***Estée Lauder.*** Joues Contraste Intense, Beige Éclatant, 70 fr., ***Chanel.*** Blush Insatiable Liquid, Double Dare, env. 40 fr., ***Nars.***
En bas: Blush Airbrush Flawless Blur, Naughty Talk, 57 fr., ***Charlotte Tilbury.*** Blush skinfinish Colourstruck, Film Noir Buff, 40 fr., ***MAC.*** Poudre Blush Duo, teinte 101, 55 fr., ***Clé de Peau Beauté.***

PHOTOS: HUNTER ABRAMS, DR NARS, ESTEE LAUDER, MAC, CHANELCHARLOTTE TILBURY, CLE DE PEAU



1



2

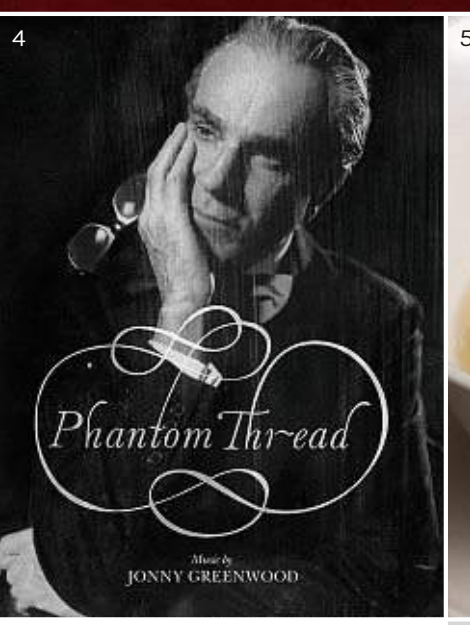



3

Markus Stöckle

DANS SON NOUVEAU RESTAURANT ZURICHOIS SOBREMENT APPELÉ MARKÜS, **LE GRAND CHEF BAVAROIS** EMMÈNE SES CONVIVES DANS UN VOYAGE CULINAIRE À TRAVERS SA VIE.

PROPOS RECUEILLIS PAR TINA BREMER



4


5

UN CLIN D'OEIL VISUEL, un décalage ironique dans la prononciation. Le chef Markus Stöckle s'est amusé à ajouter un détail graphique à son prénom pour le nom de son nouveau restaurant. Depuis son ouverture en septembre, le Marküs – avec le tréma donc! – compte parmi les adresses les plus en vogue de Zurich. Alors que ce Bavarois séduisait déjà la clientèle de son restaurant Rosi avec des classiques de sa région d'origine réinterprétés, les menus du Marküs ressemblent à un kaléidoscope de tout ce qui anime et inspire le chef. Fermentation, fumage, macération: il associe des produits bios de la région à des techniques glanées lors de ses voyages en Asie et à l'expérience acquise lors de son passage au Fat Duck d'Heston Blumenthal, en Angleterre. Le résultat? De merveilleux plats, comme le corégone du lac de Zurich accompagné de *doubanjiang* à base de haricots fermentés et de poivre *sansho*. Le tout servi dans une bâtisse historique rénovée avec élégance.

Y a-t-il un parfum que vous appréciez particulièrement en tant que chef?
Cuisiner, c'est faire appel à tous les sens, c'est pourquoi j'adore les parfums. Dans ma vie privée, je porte le parfum ***Terre Noire (1) de Mad et Len.*** Mais il en existe beaucoup d'originaux qui me fascinent, notamment ceux issus de la nature.

La musique occupe une place importante dans l'expérience au Marküs. Quelle chanson passe en boucle chez vous?
Surtout lors d'un dîner raffiné ou un dimanche après-midi, j'apprécie la musique sans paroles. Je ne me lasse pas de la façon dont ***Jonny Greenwood (4)*** compose sa musique. J'adore son morceau «For the Hungry Boy».

Et quel serait votre livre préféré?
Il y a ce ***livre de recettes de Werner Fischer (2)*** datant de la fin des années 1960. Autrefois, il préparait des animaux provenant du zoo de Berlin. C'est tout simplement un plaisir de lire ce livre!

Y a-t-il quelque chose de votre région natale qui vous manque?
Même si l'Allgäu n'est pas loin, le fait que mes parents ne soient pas constamment près de moi me manque. Et les gâteaux et les saucisses de Bavière. Je sers au Marküs ***un consommé de caille accompagné de quenelles de foie (5)*** en hommage à la région.

Où aimez-vous vous rendre lorsque vous n'êtes pas aux fourneaux?
Pour moi, ***Zurich (3)*** est le seul endroit où j'ai envie d'être. Il y a tant de beaux endroits et les montagnes sont toutes proches. Le microclimat autour du lac a quelque chose de particulier.

La décoration de votre restaurant a été réalisée par le Studio Dragò de Milan. Un meuble de design qui vous fait de l'œil?
Nous avions depuis longtemps repéré ***la chaise Fledermaus (6)*** de Josef Hoffmann. Il s'agit d'une pièce de design autrichienne classique, qui s'intègre désormais à merveille au mobilier du restaurant.


6

PHOTOS: TORVIOLL JASHARI; RUDI1976 / ALAMY STOCK PHOTO; DR WITTMANN; DR MAD ET LEN

cartier.ch - 044 580 90 90



Cartier