COTE
MAGAZINE

HAPPY **DAYS !**

SPECIAL **VINTAGE** REVIVAL

LE VINTAGE COMME EXPRESSION DU POST-MODERNISME - DES ICÔNES AVANT TOUT
LE TEMPS RETROUVÉ - LE MONDE D'HERMÈS
LA BELLE ÉPOQUE - LE PASSÉ RECOMPOSÉ

GRAND **THÉÂTRE** DE GENÈVE ET LA **RÉALITÉ AUGMENTÉE** - L'HUMANISME **CHINOIS** - IMPRIMER LE MONDE EN **3D**
WHO KNEW? - **MASTERPIECE** - LE SUPER **HÉROS** DE L'HORLOGERIE VEND SES MONTRES - **AU-DELÀ** DU FITNESS

EXTREMELY ADDICTIVE

9 772297 709003 00112

N° 112 - JUIN 2020 - *CHF 8.50*

GENÈVE - NYON - LAUSANNE - MONTREUX - VEVEY - NEUCHÂTEL - GSTAAD - CRANS - MEGÈVE - ANNECY - ÉVIAN

www.cote-magazine.ch

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme depuis 1906

Collection Frivole
Clip pendentif et bague,
or jaune et diamants.

GENÈVE - 31, rue du Rhône
Boutique en ligne www.vancleefarpels.com - +33 1 70 70 02 63

SCABAL

11 Quai des Bergues - 1201 Genève
www.scabalgeneva.com

Par Olivier Cerdan

LA VIE AU TEMPS DU CONFINEMENT

-/ LIFE IN THE TIMES OF LOCKDOWN

Depuis quelques semaines, avec l'explosion de la crise du coronavirus, l'expression est sur les lèvres de tous les journalistes, de tous les membres du gouvernement et de tous les experts, médecins et chercheurs. Mais pourquoi ? Pourquoi sont-ils aussi unanimes à vouloir nous faire rester chez nous ?

Rester chez soi, se couper les moustaches, la barbe, s'épiler, travailler, lire, écrire, rêver, chanter, cuisiner, manger, boire, regarder les nuages, jouer aux cartes si on est confiné à plusieurs, jouer au solitaire, si on est seul, préférer le silence. Regarder des séries, des films, couper les chaînes d'info...

A 21 heures, applaudir aux fenêtres, sur les balcons, les infirmières, les infirmiers, les doctoresses, les docteurs, les aides-soignantes, les aides-soignants, le personnel hospitalier. Applaudir les caissières, les caissiers, les factrices, les facteurs, les livreuses, les livreurs, les éboueuses, les éboueurs et tous ceux qui continuent à travailler pour nous.

A la base, vivre, vieillir et mourir chez soi, dans sa maison, son espace, ses pierres, est un rêve, un souhait, une revendication que de nombreuses personnes partagent. La maison, c'est une véritable histoire avec ses chapitres vécus et à venir, l'image des personnages qui ont traversé la vie du héros, et des enfants qui y ont grandi. La maison, c'est un décor, des odeurs, des lumières, des bruits, des déplacements familiers. La maison, c'est une intrigue, des secrets jalousement gardés, des rêveries et des mensonges. La maison c'est un futur maîtrisé, et la garantie de sa qualité.

Bien entendu, ce paradis fantasmé quand on s'en éloigne s'avère parfois aussi un carcan quand on ne peut s'en extraire pendant de longues semaines. Si ça ne sent pas le vécu, tout ça !

-/ In recent weeks, with the explosion of the coronavirus crisis, the expression has been on everyone's lips: journalists, government officials, experts, doctors and researchers. But why? Why are they so unanimous in wanting us to stay home?

To stay at home, to cut our moustaches, our beards, to wax our hair, to work, to read, to write, to dream, to sing, to cook, to eat, to drink, to look at the clouds, to play cards if we are stuck together, to play solitaire, if we are alone, to prefer silence. Watching movies, turning off the news channels...

At 9 p.m., clapping at windows, on balconies: nurses, doctors, nurses' aides, hospital staff. Applaud the cashiers, postmen, deliverymen, garbage collectors and all those who continue to work for us.

Basically, living, growing old and dying at home, in one's house, one's space, one's walls, is a dream, a wish, a demand that many people share.

Home is a real story with its lived and future chapters, the image of the characters who have lived through the hero's life, and the children who have grown up there. Home is a setting, smells, lights, noises, familiar movements. Home is a mystery, jealously guarded secrets, daydreams and lies. Home is a future we can control and the guarantee of its quality.

Of course, this paradise that is fantasized when you are away from it sometimes turns out to be a straitjacket when you can't get out of it for weeks on end. Talk about speaking from experience...

RICHARD MILLE
A RACING MACHINE ON THE WRIST

TOURBILLON RM 58-01
WORLD TIMER - JEAN TODT

BOUTIQUE RICHARD MILLE
SUISSE
Rue du Rhône 78
1204 Genève - Tél. +41 22 810 85 73

www.richardmille.com

© Didier Gourdon

* LA PERFORMANCE MÉCANIQUE POUSSÉE À L'EXTRÊME

Par Flora Bornstein

Au 55ème jour, je crois avoir enfin trouvé ma réponse !

-/ On day 55, I think I finally found my answer!

Depuis le premier jour, j'entends à longueur de journée et je lis à longueur de posts, d'échanges que cette crise va tout changer.
Il y a ceux qui appellent à un après plus responsable… Les autres prédisent un après plus solidaire.
De nouvelles habitudes vont se créer… on prédit qu'il y aura plus de ceci. Moins de cela… Après… Après quoi ? Deux mois de confinement? Deux mois entresoi, en face à face avec soi-même ? Deux mois pour réaliser qu'on est mortels ? Deux mois pour prêter attention aux caissières, aux infirmières, aux éboueurs, aux médecins ? Deux mois pour une révolution ? Une page blanche ? Un nouveau départ pour mieux faire ?
Et moi, j'ai beau lire et relire les propositions. Je tente de me projeter. Rien de tout cela ne me paraît réel. Je n'accroche à rien. Je reste sourd à cet appel. Je suis à côté. Je ne me sens pas concerné.

J'avoue, je me dis même tout au plus : vivement l'après, quand je pourrai de nouveau serrer ma famille et mes amis dans mes bras sans avoir peur des conséquences. Vivement l'après quand je me promènerai dans la rue comme au bon vieux temps, le nez au vent, sans aucune distance ni nœud à l'estomac par crainte d'avoir commis tel oubli ou tel impair fatal. Sale temps pour les étourdis ! J'aspire à un temps comme avant !
Dommage pourtant. Une révolution, un grand changement, ça a quelque chose de tentant. Attention, quand je dis révolution, Je parle d'un truc pas juste valable pour une tranche d'âge ou une catégorie de population… Je parle d'une révolution de fond, globale qui nous emporterait tous.

Et ce matin, en me regardant dans le masque, soudain ça m'est apparu. Ce grand changement, cette révolution porte un nom : CONFIANCE! Je m'explique. Admettons que ce nuage appelé Covid plane au-dessus de nos têtes encore quelque mois voire quelques années. Pas le choix, nous allons devoir l'admettre. Admettons que nous n'allons pas pouvoir rester confinés ad vitam eternam. Admettons que nous allons reprendre le chemin de la vie collective. Admettons que la meilleure chose que nous pourrons faire est tout faire pour ne pas propager le virus. Admettons que ne pas attraper le virus ne dépend pas que de soi, même avec la meilleure volonté du monde, mais de l'autre.
Se jeter à l'eau de la vie collective aura donc forcément un préalable: avoir confiance en l'autre. Surement à marche forcée, habitués que nous sommes à ne faire confiance qu'à nous-mêmes. Certainement malgré nous. Et qui sait…

Cela me rappelle cet exercice que j'ai pratiqué dans les mouvements de jeunesse. On se mettait par deux, de préférence sans se connaître. L'un devait tourner le dos à l'autre, fermer les yeux puis se laisser tomber en arrière en espérant que l'autre aurait le bon réflexe de le rattraper… ce qui ne manquait jamais d'arriver. Qui sait… nous serons peut-être surpris et découvrions, oh stupeur, que les gens ne sont pas si….si…
C'est peut-être cela l'après : pratiquer la confiance en l'autre pour la réapprendre, on a le droit de rêver, et passer d'une société totalement individualiste à une société qui aura enfin retrouvé le vrai sens du vivre ensemble.

-/ Since day one, I've been hearing all day long and reading in so many posts and messages that this crisis is going to change everything.
There are those who call for a more responsible «afterwards»... Others predict a more supportive «afterwards». New habits will emerge ... Predictions are that there will be more of this. Less of this... after... after what? Two months of confinement? Two months face-to-face with ourselves? Two months to acknowledge we're mortal? Two months to pay attention to cashiers, nurses, garbage men, doctors? Two months for a revolution? A blank page? A fresh start to do better?
And as much as I read the proposals, over and over... I try to project myself. None of it seems real to me. I'm not hanging on to anything. I remain deaf to this call. I'm on the sidelines. I don't feel concerned.

I confess, sometimes I even tell myself: I can't wait for the day after, when I'll be able to hug my family and friends again without worrying about the consequences. I look forward to afterwards, when I will walk down the street as in the good old days, with my nose to the wind, without any distance or knots in my stomach for fear of having committed this or that fatal omission or mistake. Such a bad time for the dizzy ones! I yearn for a time like the old days!
Too bad though. A revolution, a great change, there's something tempting about it. But be careful, when I say revolution, I'm talking about something that's not just valid for one age group or category of population... I'm talking about a fundamental, global revolution that would carry us all away.

And this morning, while looking at myself wearing the mask, it suddenly appeared to me. This great change, this revolution has a name: TRUST! Let me explain. Let's say that this cloud called Covid hovers over our heads for a few more months, even a few years. We will have no choice but to admit it. Let's admit that we won't be able to remain confined ad vitam aeternam. Let's admit that we are going to go back to the path of collective life. Let's say the best thing we can do is to do everything we can not to spread the virus. Let's admit that not getting the virus doesn't depend only on oneself, even with the best will in the world, but on the other person. To throw oneself into the great pool of collective life will therefore necessarily have a prerequisite: to have trust in the others. Probably against our own will, since we're used to trusting only ourselves. Certainly in spite of ourselves. And who knows...
It reminds me of this exercise we used to perform in youth organizations: We would pair up, preferably without knowing each other. One had to turn their back on the other, close their eyes and let themselves fall backwards, hoping that the other would catch their fall... which never failed to happen. Who knows... we might be surprised and discover, how amazing, that people are not so... so...
This is perhaps what the afterlife is all about: working on our trust in others in order to re-learn it -one is allowed to dream- and to move from a totally individualistic society to one that has finally regained the true meaning of living together.

COTE MAGAZINE

« Mélodie en sous-sol » marque la rencontre entre Jean Gabin et Alain Delon,1963, Palm Beach, Cannes.

Kate Moss et Carla Bruni, 1990.

TOCADE : LA VIE AU TEMPS DU CONFINEMENT 06

PRÉFACE, AU 55ÈME JOUR, JE CROIS AVOIR ENFIN TROUVÉ MA RÉPONSE 08

POST-SCRIPTUM 17

GRAND THÉÂTRE DE GENÈVE 28

LIVRES 30

SCULPTURE GARDEN 2020 34

L'HUMANISME CHINOIS 24

IMPRIMER LE MONDE EN 3D 26

TENDANCES 27

NOUVEAU PORSCHE MACAN GTS 28

GOLD SAVE THE **QUEEN** 30

CHIC TO CHILL 32

COLOR POWER 36

MODE : DÉCHAINÉES 36

FEU DE JOIE 38

LA BROCHE FLORALE DE **GRAFF** 40

COTE LOVES LA MASTERPIECE DE BOGHOSSIAN 42

LA BELLE TRENTAINE 44

COULEURS FROIDES 46

LE SUPER HÉROS
DE L'HORLOGERIE VEND SES MONTRES 48

QUOI DE NEUF SUR LA PLANÈTE MONTRES? 52

HAUTE VOLTIGE 58

FACE TO FACE 59

DIDIER **GUILLON** 60

TANJA LA **CROIX** 64

AU-DELÀ DU FITNESS 66

ALMA JODOROWSKY, AMBASSADRICE **CHANEL** 68

VALMONT

PRIMARY

La santé... la future beauté

Valmont lance PRIMARY, pour une peau en pleine santé. Tel le bifidus quotidien, ce geste essentiel s'impose comme le premier rituel de beauté. Exit les imperfections, place à l'éclat !

Disponibles auprès des points de vente agréés sur
www.lamaisonvalmont.com
valmontcosmetics

FONDATION VALMONT

COTE MAGAZINE

Andy Warhol, Calvin Klein, Brooke Shields and Steve Rubell at Studio 54,1981.

Cary Grant crosses the Croisette in Cannes, 1955.

HAPPY DAYS SPECIAL VINTAGE REVIVAL 73

LE VINTAGE COMME EXPRESSION DU POSTMODERNISME 74

LE DESIGN ET LA FOLIE VINTAGE 76

HAPPY DAYS ! 80

DES ICÔNES AVANT TOUT 84

DÉCO À L'ELYSÉE, À CHAQUE PRÉSIDENT, SON STYLE ! 87

COTE LOVES LA [RE]MASTER01 98

LE TEMPS RETROUVÉ 100

PASHA DE CARTIER 92

LA BELLE ÉPOQUE DU CANOT À MOTEUR 102

LUNETTES RÉTRO 106

LE MONDE D'HERMÈS : DEUX SACS ICONIQUES 108

LE PASSÉ RECOMPOSÉ 112

ÉTIQUETÉ VINTAGE ! QUAND LE VINTAGE DEVIENT VINTAGE ! 118

WHAT'S UP 123

PRIME PARTNERS 124

LE COMPTOIR IMMOBILIER 126

TOMBER AMOUREUX D'UN BÂTEAU 128

6 MILLIONS DE VÉHICULES EN SUISSE 130

LE SALON DE L'AUTO DEPUIS... VOTRE SALON 131

PORSCHE TAYCAN TURBO 136

ESCAPE 139

VILLA MARIE, COMME UN AIR DE RIVIERA 140

SIX SENSES RESIDENCES CRANS-MONTANA, 142

LE TOURISME SPATIAL 144

URBAN, NOTRE CITY GUIDE 149

LES RENDEZ-VOUS À L'USAGE DE CEUX QUI VEULENT SORTIR INTELLIGENT

AGENDATE, LES « **SAVE THE DATES** » CULTURELS 150

SHOPPING 160

BEAUTÉ 164

GASTRO, LES RESTOS DU MOMENT 172

HÔTELS À LA UNE 176

STORIE VENEZIANE

By VALMONT

La signature olfactive de La Maison Valmont

Trois collections éditées par Sophie Guillon interprètent des "Histoires Vénitiennes" : Palazzo Nobile, Collezione Privata et Storie Veneziane, trois niveaux d'intensité travaillés en Eau de Toilette, Eau de Parfum et Extrait.

L'Art du Parfum *by* Valmont.

Disponibles auprès des points de vente agréés sur
www.lamaisonvalmont.com
valmontcosmetics

FONDATION VALMONT

COTE OURS MAGAZINE

ÉDITEUR
Olivier Cerdan / *o.cerdan@cote-magazine.ch*
assisté de Virginie Vivès / *v.vives@cote-magazine.ch*

RÉDACTRICE EN CHEF
DIRECTRICE ARTISTIQUE - CASTING & PRODUCTION
Caroline Schwartz / *c.schwartz@cote-magazine.ch*

DIRECTEURS DE LA RÉDACTION
Hervé Borne / *h.borne@cote-magazine.ch*
Raphaël Klemm / *r.klemm@cote-magazine.ch*

RÉDACTRICES - RÉDACTEURS
Flora Bornstein (Florablabla.com), Isabelle Cerboneschi, Caroline Schwartz, Hervé Borne, Marianne Eschbach, Jacob Decasa, Olivier Cerdan, Raphaël Klemm, *laredaction@cote-magazine.ch*

DIRECTRICE DE LA PUBLICATION
Linda Cohen / *l.cohen@cote-magazine.ch*

PUBLICATION SUR LA TOILE
Victoria Javet
Caroline Schwartz
Virginie Vivés

PHOTOGRAPHES
Stéphane Gagnard, Pierre Orssaud, Claire Terraillon, Alexandre Pittet, Sylvie Roche

STUDIO
Directeur de la création
Olivier Benatar / *o.benatar@cote-magazine.ch*

STUDIO COTE
Claudia Dwek / *pao@cote-magazine.ch*

DIRECTEUR DE FABRICATION - CONTRÔLE QUALITÉ
Régis Chamberlin / *rchamberlin@chamberlinprod.com*

PUBLICITÉ

GENÈVE
DIRECTRICE COMMERCIALE
Laurence Chalvet / l.chalvet@cote-magazine.ch

LUGANO
Gea Aprile / *gea@cote-magazine.ch*

ZÜRICH
Stefan Hostettler / *s.hostettler@cote-magazine.ch*

EVENTS
Stéphanie Fantoni / *s.fantoni@cote-magazine.ch*

Catherine Leopold-Metzger / *clm@metleo.ch*
« Les Vendanges de Genève® »
« Réenchanter la rue du Rhône® »
« Zürcher Spring Tastings® »

TRADUCTION : Benjamin Marciano, Atenao, Raphaël Klemm

PARTENARIAT HÔTELS
Virginie Vivès / *v.vives@cote-magazine.ch*

Abonnements : **info@cote-magazine.ch**

@cotemagazineswitzerland

www.cote-magazine.ch

LES ÉDITIONS COTE MAGAZINE SUISSE
Siège social : Rue Eugène Marziano, 37. CH 1227 Genève / Tél. +41 22 736 56 56 / Fax. +41 22 736 37 38 / www.cote-magazine.ch

COTE MAGAZINE *GENÈVE*
Français/Anglais
Huit numéros par an

COTE MAGAZINE *LUGANO*
Italien/Anglais
Quatre numéros par an

COTE MAGAZINE *ZÜRICH*
Allemand/Anglais
Six numéros par an

La reproduction, même partielle, des articles et illustrations publiés dans COTE Magazine est interdite.
Liste diffusion Suisse romande, alémanique & Tessin sur simple demande.

Partenariat de diffusion avec CANONICA et les salons lounge VIP de l'Aéroport de Genève - Salon Skyview et Salon Aspire - Swissport.
COTE bénéficie d'un partenariat exclusif de diffusion avec la Fondation pour Genève ainsi qu'avec l'association *Les Clefs d'Or Genève*.

Diffusion de COTE Magazine «Infligt» sur tous les vols *Swiss Airlines* en First et Business Class.

LE SEUL ET UNIQUE MAGAZINE CERTIFIÉ REMP EN 2019
TIRAGE CERTIFIÉ LE 02/07/2019
PÉRIODE DU 1 AVRIL 18 AU 31 MARS 2019.
19'751 EXEMPLAIRES PAR NUMÉROS
TIRAGE : 24'000 EXEMPLAIRES
Analyse Média des cadres dirigeants
TOP LEADER

élégante
by F.P.JOURNE
Un joyau d'innovation offrant plus de 8 ans d'autonomie.
Les Boutiques
Genève 13 Place Longemalle +41 22 810 33 33 geneve@fpjourne.com
Paris Tokyo New York Los Angeles Miami Hong Kong Beyrouth Kiev Dubaï
fpjourne.com

COTE MAGAZINE LOVES PHOTOS

PAOLO **ROVERSI** À L'HONNEUR

© Natalia, Paris 2003 (for Egoïste) © Paolo Roversi

De Rihanna à Kate Moss, Paolo Roversi a capturé les plus grands tops et artistes, les baignant de sa lumière délicate. Et réussi à faire de chaque photo un moment de pure poésie. Sa ville natale, Ravenne, lui dédie une rétrospective de haute volée.

-/ From Rihanna to Kate Moss, Paolo Roversi has captured the greatest top-models and artists, bathing them in his delicate light. And managed to make each photo a moment of pure poetry. His hometown, Ravenna, is dedicating a top-class retrospective to him.

LE PORTRAIT

« Le portrait, c'est ce qui m'intéresse le plus en photographie. Je suis un portraitiste. La photographie de mode, je l'aborde comme un portraitiste...
C'est l'atmosphère, l'aura du portrait qui donne vie au vêtement », racontait Paolo Roversi interviewé dans Vogue Paris en 2003. Celui qui a construit en quatre décennies une carrière photographique des plus remarquables s'expose ce mois-ci à Ravenne en Italie, sa ville natale. Au cœur du MAR, le Musée d'Art de Ravenne, une rétrospective de son travail, baptisée Paolo Roversi - Studio Luce, réunit ses plus beaux clichés, de ses premières photos à ses derniers travaux, comme sa contribution au calendrier Pirelli 2020, le tout sur trois étages. De Kate Moss à Rihanna en passant par Natalia Vodianova et Saskia De Brauw, le photographe italien a immortalisé l'aura des plus grands modèles et artistes de notre temps.

-/ THE PORTRAIT

«Portraits are what interests me the most in photography. I am a portrait painter. My approach to fashion photography is that of a portrait painter... It is the atmosphere, the aura of the portrait that gives life to the garment», *said Paolo Roversi interviewed in Vogue Paris in 2003. The photographer, who has built a most remarkable photographic career over four decades, is the subject of an exhibition this month in his native Ravenna, Italy. At the heart of the MAR, the Ravenna Art Museum, a retrospective of his work, called Paolo Roversi - Studio Luce, brings together his most beautiful shots, from his first photos to his latest works, such as his contribution to the Pirelli 2020 calendar, spread over three floors. From Kate Moss to Rihanna, from Natalia Vodianova to Saskia De Brauw, the Italian photographer has immortalized the aura of the greatest models and artists of our times.*

Jusqu'au 5 juillet 2020, MAR, Via di Roma, 13, **www.mar.ra.it**

Brigitte Bardot & Gunter Sachs with the Gypsy King, 1967.

GRAND THÉÂTRE DE GENÈVE

UNE SAISON 2020-2021 SOUS LE SIGNE DE LA RÉALITÉ AUGMENTÉE

-/ A SEASON 2020-2021 UNDER THE SIGN OF AUGMENTED REALITY

Émotions, réflexions, expériences, remise en question, mise en abyme... S'il n'est pas toujours question de réalité augmentée au sens technologique de l'expression, l'analogie n'est pas innocente...

-/ Emotions, reflections, experiences, questioning, mise en abyme.. If it is not always a matter of augmented reality in the technological sense of the expression, the analogy is not innocent...

La devise de la saison célèbre en effet le rapport à la fiction inauguré dans le genre de l'opéra. Entre textes originels ou originaux, mises en scène révisées ou contestées, la saison prolonge les interrogations de la saison passée entre textualité, contextualité et intertextualité.
La direction artistique visuelle de la saison 2020-2021 a été créée en collaboration avec **John Armleder**, fondateur du mouvement ECART et artiste genevois planétaire.

La programmation 2020-2021 compte 10 productions lyriques dont 6 créations, à Genève. À souligner trois débuts remarquables à l'opéra : celui de Milo Rau (**La Clémence de Titus**) et Peeping Tom (**Didon et Énée**) comme metteurs en scène et le collectif japonais teamLab, qui se prête pour la première fois à l'exercice scénographique sur une scène lyrique (Turandot de Puccini). Autre création à l'affiche : **Le Soldat de plomb**, une première mondiale lyrique pour jeune public. La saison 2020-2021 part aussi à la rencontre des grands noms qui se présentent pour la première fois au Grand Théâtre de Genève, comme Marina Abramović (**Pelléas et Mélisande**), ou Barrie Kosky (**Candide**). Donné pour la première fois au Grand Théâtre, **L'Affaire Makropoulos** de Leoš Janáček évoque le parcours d'une diva dans un thriller psychologique et labyrinthique à couper le souffle.
Moment rare dans l'histoire récente du Grand Théâtre, le directeur artistique et musical de l'Orchestre de la Suisse Romande Jonathan Nott vient diriger deux productions cette saison : **Parsifal** de Wagner et **Pelléas et Mélisande** de Debussy. En droite ligne avec sa tradition musicale, l'OSR continue d'être invité dans un ballet, en l'occurrence **Le Sacre du Printemps**.
Découvrez sans plus attendre le programme de cette appétissante saison 2020-2021 !

-/ Indeed, the season's motto celebrates the relationship to fiction inaugurated in the opera genre. Between original or original texts, revised or contested productions, the season prolongs last season's interrogations between textuality, contextuality and intertextuality.
The new season's visual art direction for 2020-2021 has been created in collaboration with John Armleder, founder of the ECART movement and Geneva-based international artist.

The 2020-2021 programming includes 10 lyrical productions, including 6 creations. Of particular note are three remarkable operatic debuts: Milo Rau (La Clémence de Titus) and Peeping Tom (Dido and Aeneas) as directors, and the Japanese collective teamLab, which for the first time lends itself to a scenographic exercise on an operatic stage (Puccini's Turandot). Another creation on the program is Le Soldat de plomb, a lyrical world premiere for young audiences. The 2020-2021 season also sets out to meet the big names who are appearing for the first time at the Grand Théâtre de Genève, such as Marina Abramović (Pelléas et Mélisande), or Barrie Kosky (Candide). Performed for the first time at the Grand Théâtre, Leoš' Janacek's L'Affaire Makropoulos evokes the journey of a diva in a breathtaking psychological and labyrinthine thriller.
A rare moment in the recent history of the Grand Théâtre, Jonathan Nott, Artistic and Music Director of the Orchestre de la Suisse Romande, will conduct two productions this season: Wagner's Parsifal and Debussy's Pelléas et Mélisande. In keeping with its musical tradition, the OSR continues to be invited to perform in a ballet, in this case Le Sacre du Printemps.
Without further ado, discover the programme for this appetizing season 2020-2021!

Grand Théâtre de Genève
Boulevard du Théâtre 11, 1211 Genève
Billetterie: +41 22 518 56 17
www.gtg.ch

FONDATION VALMONT

CONTEMPORARY ART EXHIBITION

Venetian LOVE

FROM MAY 18TH 2020
TO JANUARY 31ST 2021

The exhibition is open by appointment
10 am-6 pm / Monday to Sunday
For reservations : +39 041 805 000 2

ARISTIDE NAJEAN
DIDIER GUILLON
SILVANO RUBINO

PALAZZO BONVICINI
Calle Agnello - 2161/A
Santa Croce - 30135 Venice
- between Ponte dell'Agnello and Ca'Bonvicini -

www.fondationvalmont.com

LIVRES

Comme ce fut le cas pour les attentats du 11 septembre 2001 et ceux de 2015, il est fort probable que cette situation extraordinaire (COVID-19 pour ceux qui étaient absents) apparaisse dans de nombreux romans à venir.
Et pourquoi pas dans le prochain Joël Dicker…

-/ As was the case with the attacks of September 11, 2001 and those of 2015, it is very likely that this extraordinary situation (COVID-19 for those who were absent) will appear in many future novels.
And why not in Joël Dicker's next book…

L'ÉNIGME DE LA CHAMBRE 622
Joël Dicker
les Éditions de Fallois

Avec son nouveau roman «L'énigme de la chambre 622», l'auteur genevois de 35 ans campe, pour la première fois, son intrigue en Suisse, dans le milieu bancaire, entre Genève et Verbier. Ce nouveau roman se déroule dans le domaine de la banque et met en scène des grands pontes de la finance, mais également des agents du renseignement et de séduisants manipulateurs. Une histoire passionnante qui se déroule sur trois époques et mêle luttes de pouvoir, intérêts financiers et idylles amoureuses sur une trentaine d'années ! L'énigme de la chambre 622 garde toutes ses chances d'être un best-seller... à savourer cet été à la plage... On a adoré !

-/ With his new novel «The riddle of room 622», the 35-year-old Geneva author sets his intrigue in Switzerland for the first time, in the banking world, between Geneva and Verbier. *This new novel takes place in the field of banking and depicts big pundits of finance, but also intelligence agents and seductive manipulators. A fascinating story that takes place over three eras and combines power struggles, financial interests and romantic idylls over thirty years! The riddle of room 622 has every chance of being a bestseller ... to enjoy this summer on the beach ... We loved it!*

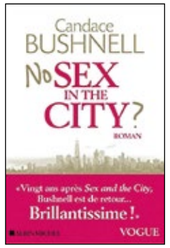
TABLE POUR TROIS À NEW YORK
Elie Bernheim
Slatkine

Gabriel et Norah s'aiment depuis dix ans. Il est l'étoile montante de la gastronomie française. Elle est une talentueuse trompettiste.
Parallèlement à leurs carrières, ils ont édifié une forteresse de tendresse et d'amour autour de leurs deux enfants. Une vie parfaite… ou presque… Il a son jardin secret. Elle ne devrait pas se fier aux apparences…

Rédigé sous la forme d'un journal intime, ce premier roman d'Elie Bernheim plonge le lecteur dans un voyage entre New York et Paris. Un roman écrit comme on assemble un puzzle avec, au coeur de cette intrigue millimétrée, un couple face à ses questionnements.

-/ Gabriel and Norah have been in love for ten years. He is the rising star of French gastronomy. She is a talented trumpet player.
Alongside their careers, they have built a fortress of tenderness and love around their two children. A perfect life... or almost... He has his secret garden. She shouldn't trust appearances...

Written in the form of a diary, this first novel by Elie Bernheim plunges the reader into a journey between New York and Paris. A novel written like a jigsaw puzzle with, at the heart of the plot, a couple facing their questions.



NO SEX IN THE CITY ?
CANDACE BUSHNELL
Albin Michel

Si vous pensiez qu'avec le temps Candace Bushnell s'était assagie, vous avez tout faux !
Vingt ans après avoir brisé les tabous et sacrément libéré les mœurs, l'auteure du best-seller légendaire Sex and the City revient... et elle n'a pas pris une ride.
Ou presque. Car elle aborde ici les problèmes rencontrés par les quinquas qui se retrouvent seules sur le marché de l'amour.
Finie l'ère de la performance, du coup d'un soir et de la frivolité, bienvenue dans le désert de la cinquantaine...

-/ If you thought that over time Candace Bushnell had settled down, you've got it all wrong!
Twenty years after breaking taboos and freeing morals, the author of the legendary bestseller Sex and the City returns ... and she hasn't aged a bit.
Or almost. Because she addresses here the problems encountered by the quinquagenarians left alone on the love market.
Gone are the days of performance, one-night stands and frivolity, welcome to the desert of the fifties ...

Par la rédaction

SCULPTURE GARDEN,
2ÈME ÉDITION DE LA BIENNALE

artgenève, en collaboration avec le Mamco et la Ville, offre une nouvelle exposition estivale post-confinement!

-/ Sculpture Garden, 2nd edition of the artgenève biennale, in association with the Mamco and the City, offers a new post-lockdown summer exhibition!

A l'initiative de Thomas Hug, les organisateurs sont heureux de proposer cet été la deuxième édition de la biennale Sculpture Garden. L'exposition de sculptures en plein air qui se tiendra de mi-juin à fin septembre formera un parcours, du Parc des Eaux-Vives au Parc La Grange et du Quai Gustave-Ador à l'île Rousseau. Cette exposition de haut calibre devient ainsi un événement post-confinement à ne pas manquer pour les habitants de la région.

Après le succès de sa première édition en 2018, l'exposition s'étend et propose en 2020 plus de 30 sculptures de grand format dont de nombreuses produites expressément pour l'occasion, offrant ainsi à Genève et à ses habitants une exposition de niveau institutionnel et gratuite tout au long de l'été. Des événements tels que des apéritifs « after-work », des soirées performatives et des visites guidées viendront régulièrement animer la manifestation.

L'exposition est placée sous le commissariat de Balthazar Lovay, anciennement directeur de Fri Art Kunsthalle, Fribourg, et défriche de nouveaux territoires.
Elle fait honneur à des productions originales, aux jeunes artistes et à des œuvres hybrides créées par des artistes et des designers. Fontaines, bancs, architectures, drapeaux ou mobiles, œuvres participatives, engagées ou en dialogue avec les parcs, dessinent les contours d'une nouvelle façon de penser la sculpture aujourd'hui. Ambitieuse par sa dimension internationale, par le nombre d'artistes invités et par ses thématiques, l'exposition se définit aussi par un rapport humble aux parcs, à la nature et au paysage. Les productions répondent à la qualité des lieux de l'exposition et s'associent avec les éléments naturels du site.
Les artistes proviennent de Genève, de Suisse, d'Europe, d'Angleterre et des USA, avec une représentativité paritaire entre hommes et femmes. Une dizaine de jeunes artistes et des étudiants de l'Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL) font partie de la sélection, qui compte de jeunes créateurs suisses tels que Gina Fischli et Timothee Calame mais aussi des artistes nationaux et internationaux établis, comme Olivier Mosset, Andrea Branzi, Nathalie du Pasquier, Rosemarie Castoro et Tracey Emin.

Partenaires de la Biennale, la banque Reyl, Bulgari, Allianz et Phillips s'engagent à soutenir l'événement aux côtés d'autres noms prestigieux. Plusieurs fondations et communes de la Ville de Genève ont également souhaité soutenir ce projet d'envergure, dont l'intention est de s'implanter comme un événement culturel majeur du calendrier européen. Bulgari et Allianz s'expriment au sujet de leur engagement pour Sculpture Garden. Pour Bulgari, c'est le lien évident entre art et joaillerie qui a donné naissance à ce partenariat avec Sculpture Garden :
« La passion, la créativité et l'histoire qui inspirent chacune de nos créations joaillières en font des pièces d'exception, de véritables œuvres d'art.
Ce lien évident entre art et joaillerie a donné naissance à ce partenariat avec Sculpture Garden. Nous sommes fiers de pouvoir soutenir un tel événement artistique à Genève, ville dans laquelle notre maison est présente depuis bientôt 50 ans ».
Pour Allianz, il s'agit de soutenir une initiative culturelle et locale en accord avec les valeurs de l'entreprise : « L'agence générale Allianz Jacques Raemy du Petit-Lancy et Carouge

Vue aérienne. Parc des Eaux-Vives.

Vue aérienne. Quai Gustave Ador.

est particulièrement fière d'être le partenaire de la biennale Sculpture Garden. En qualité de sponsor ou de mécène proche de notre région, nous mettons un point d'honneur à soutenir les initiatives ambitieuses et innovantes dans le domaine culturel. Nous nous réjouissons de voir et revoir nos différents partenaires, clients et amis dans le somptueux cadre qu'offre la biennale, en plein air, durant cette deuxième partie de 2020.
En effet, ce projet est une plateforme idéale et en adéquation avec nos valeurs pour consolider nos relations et offrir notre expertise. ».

Eva Rothschild, Hi-Wire, 2019
Courtesy of 303 Gallery

Matthew Lutz-Kinoy, Centre d'Edition Contemporain Genève, 2018.

-/ Under Thomas Hug's impetus, the organizers are pleased to present the second edition of the Sculpture Garden biennale this summer. The outdoor sculpture exhibition, which will be held from mid-June to the end of September, will form a route from Parc des Eaux-Vives to Parc La Grange and from Quai Gustave-Ador to Île Rousseau. This high-level exhibition will thus become a not-to-be-missed post-confinement event for the region's residents.

After the success of its first edition in 2018, the exhibition will expand to include more than 30 large-format sculptures in 2020, many of which were produced expressly for the occasion, thus offering Geneva and its inhabitants a free institutional-level exhibition throughout the summer. Events such as after-work aperitifs, performative evenings and guided tours will regularly enliven the event.

The exhibition is curated by Balthazar Lovay, former director of the Fri Art Kunsthalle, Freiburg, and is breaking new ground. *It honours original productions, young artists and hybrid works created by artists and designers. Fountains, benches, architectures, flags or mobiles, participatory works, committed or in dialogue with parks, draw the contours of a new way of thinking about sculpture today. Ambitious by its international dimension, by the number of invited artists and by its themes, the exhibition is also defined by a humble relationship with parks, nature and landscape. The productions respond to the quality of the exhibition space and are associated with the site's natural elements.*
The artists come from Geneva, Switzerland, Europe, England and the USA, with equal representation of men and women. Around ten young artists and students from the Ecole cantonale d'art de Lausanne (ECAL) are part of the selection, which includes young Swiss creators such as Gina Fischli and Timothee Calame as well as established national and international artists such as Olivier Mosset, Andrea Branzi, Nathalie du Pasquier, Rosemarie Castoro and Tracey Emin.

Rosemarie Castoro, vue de l'installation Flashers, 780 Third Avenue, New York, 1984

Rosemarie Castoro, Vue d'exposition, MAMCO, 2019. ©Annik.

Tracey Emin, I lay here for you, 2018
Courtesy of White Cube

Ghislaine Leung, Vue d'exposition, Galerie Gaudel de Stampa, Paris, France, 2018

Partners of the Biennale, Reyl Bank, Bulgari, Allianz and Phillips are committed to supporting the event alongside other prestigious names. *Several foundations and municipalities from the City of Geneva have also expressed their wish to support this large-scale project, whose intention is to establish itself as a major cultural event on the European calendar.*

Bulgari and Allianz express their commitment to Sculpture Garden. For Bulgari, it is the obvious link between art and jewellery that gave birth to this partnership with Sculpture Garden :
« The passion, creativity and history that inspire each of our jewellery creations make them exceptional pieces, true works of art.
This obvious link between art and jewellery gave birth to this partnership with Sculpture Garden. We are proud to be able to support such an artistic event in Geneva, a city in which our company has been present for almost 50 years».

For Allianz, it is a matter of supporting a cultural and local initiative in line with the company's values:
«The Allianz Jacques Raemy general agency in Petit-Lancy and Carouge is particularly proud to be the partner of the Sculpture Garden biennale. As a sponsor or patron close to our region, we make it a point of honour to support ambitious and innovative initiatives in the cultural field. We look forward to seeing and meeting our various partners, clients and friends in the sumptuous setting of the biennale, in the open air, during the second half of 2020. Indeed, this project is an ideal platform, in line with our values, to consolidate our relationships and offer our expertise. ».

sculpturegarden.ch

Par Jacob Decasa

L'HUMANISME CHINOIS

-/ CHINESE HUMANISM

La philosophie de Confucius est incontournable. Son rôle dans la pensée occidentale est sous-estimée et caricaturée en général. Confucius a en réalité développé un système de philosophie morale très élaboré, dans lequel la subjectivité accueille avec modestie sa destinée et traite autrui avec prévenance. Le confucianisme est un système philosophique humaniste.

-/ The philosophy of Confucius is inescapable. His role in Western thought is generally underestimated and caricatured. Confucius has in fact developed a very elaborate system of moral philosophy, in which the subject modestly welcomes his/her destiny and treats others with thoughtfulness. Confucianism is a humanistic philosophical system.

"Je ne cherche pas à connaître les réponses, je cherche à comprendre les questions."
-/ «I'm not trying to know the answers, I'm trying to understand the questions.»

"Choisissez un travail que vous aimez et vous n'aurez pas à travailler un seul jour de votre vie."
-/ «Choose a job you love and you will not have to work a single day of your life.»

"Quand on peut accomplir sa promesse sans manquer à la justice, il faut tenir sa parole."
-/ «When you can fulfill a promise you made without failing justice, you must keep your word.»

"On peut connaître la vertu d'un homme en observant ses défauts."
-/ «One can know the virtue of a man by observing his shortcomings.»

"Une petite impatience ruine un grand projet. "
-/ «A little impatience can ruin a big project.»

"Ne parlez jamais de vous, ni en bien, car on ne vous croirait pas, ni en mal car on ne vous croirait que trop."
-/ «Never talk about yourself, nor positively because no one would believe you, neither negatively because everyone would believe you.»

"Celui qui sait obéir saura ensuite commander. "
-/ «He who knows how to obey will then be able to command.»

"Dépasser le but, ce n'est pas l'atteindre."
-/ «Going beyond the goal is not reaching it.»

"Exige beaucoup de toi-même et attends peu des autres. Ainsi, beaucoup d'ennuis te seront épargnés."
-/ «Demand a lot from ourself and do not expect much from others. It will spare you a lot of trouble.»

"Le sage se demande à lui-même la cause de ses fautes, l'insensé le demande aux autres. "
-/ «The wise man asks himself the cause of his faults, the fool asks others.»

"Le silence est un ami qui ne trahit jamais."
-/ «Silence is a friend who never betrays.»

"Quand on ne sait pas ce qu'est la vie, comment pourrait-on savoir ce qu'est la mort ?"
-/ «If we do not know what life is, how can we know what death is?»

"Examine si ce que tu promets est juste et possible, car la promesse est une dette. "
-/ «Examine whether your promise is right and possible, because a promise is a debt.»

Par Raphaël Klemm

IMPRIMER LE MONDE EN 3D
DE LA FICTION À LA RÉALITÉ

-/ PRINT THE WORLD IN 3D, FROM FICTION TO REALITY

Le premier quartier de ville au monde à être imprimé en 3D est en cours de réalisation, deux maisons géantes imprimées en 3D ayant été récemment construites dans un bidonville de Tabasco, au Mexique.

-/ The first 3D-printed neighborhood in the world is underway as two giant 3D-printed homes were recently built in a shanty town in Tabasco, Mexico.

Le quartier imprimé en 3D est une initiative de New Story, organisation à but non lucratif qui aide les familles ayant besoin d'un logement en partenariat avec ICON, une société de technologie de construction basée à Austin qui a développé la robotique d'impression en 3D utilisée dans le cadre du projet. Celui-ci a débuté en 2017 avec le développement de l'imprimante 3D géante, appelée Vulcan II.
Les promoteurs espèrent terminer 50 nouvelles maisons d'ici la fin de 2020 pour remplacer les structures que les résidents ont eux-mêmes construites avec des matériaux légers.

L'imprimante de 33 pieds canalise un mélange de béton qui durcit lorsqu'il sèche pour construire les murs une couche à la fois. Le processus prend 24 heures d'impression sur plusieurs jours pour construire deux maisons en même temps - environ deux fois plus vite que pour une construction régulière.
Selon New Story, le mélange de béton est plus solide que le béton traditionnel pour résister aux activités sismiques.

Vulcan II est également capable de construire une maison d'une superficie allant jusqu'à 600m2, avec des murs de près de 2.75 m de haut et de 8.5 m de large, selon ICON.

" Nous pensons que l'impression 3D nous permet notamment de livrer un produit de bien meilleure qualité au marché de l'habitation à une vitesse et à un prix qui ne sont généralement pas disponibles pour les personnes vivant dans des " logements à faible revenu ", a déclaré Jason Ballard, co-fondateur et PDG d'ICON. "C'est une maison dans laquelle n'importe qui serait fier de vivre."

"L'impression 3D n'est pas de la science-fiction. Nous avons franchi le pas qui en fait désormais une réalité ", a déclaré M. Ballard. "Notre pari est qu'il s'agit là du meilleur espoir de l'humanité pour trouver des solutions de logement en phase avec nos plus hautes valeurs et idéaux."

-/ The 3D-printed neighborhood is an initiative of New Story, a nonprofit that helps families in need of shelter in partnership with ICON, an Austin-based construction technology company that developed the 3D-printing robotics being used on the project. The plan originally began in 2017 beginning with the developing of the giant 3D printer, named Vulcan II.
The developers hope to complete 50 new houses by the end of 2020 to replacing the structures that residents built themselves out of light materials.

The 33-foot printer pipes out a concrete mix that hardens when it dries to build the walls one layer at a time. The process takes 24 hours of print time across several days to build two houses at the same time - about two times faster than for a regular construction.
According to New Story, the concrete mix is sturdier than traditional concrete to withstand seismic activities.

Vulcan II is also capable of building a house up to 2,000-square-foot area, with walls almost 9 feet high and 28 feet wide, according to ICON.

"We think part of what 3D printing allows us to do is to deliver a much higher-quality product to the housing market at a speed and price that's typically not available for people in" low-income housing, said Jason Ballard, ICON co-founder and CEO. "It is a house that anyone would be proud to live in."

"3D printing is not science fiction.
We have crossed that threshold into reality," said Ballard. "In the future, our bet is that this will be humanity's best hope for a housing solution that that matches our highest values and ideals."

COTE MAGAZINE

TENDANCES

MACAN **GTS** - GOLD SAVE THE **QUEEN** - CHIC TO **CHILL** - DÉ**CHAINÉES** - FEU DE **JOIE** - LA **BROCHE FLORALE** DE GRAFF - **LA MASTERPIECE** DE BOGHOSSIAN - **LA BELLE** TRENTAINE - **COULEURS** FROIDES - **LE** SUPER **HÉROS** DE L'HORLOGERIE - **PLANÈTE** MONTRES - **HAUTE** VOLTIGE - **ANNIVERSAIRE**

John F. Kennedy and Jacqueline Kennedy. Aboard the USS Joseph P. Kennedy Jr. in Newport, Rhode Island. September 1962. *© Robert Knudsen/JFK Presidential Library and Museum.*

Par la rédaction

NOUVEAU PORSCHE **MACAN GTS**

L'un des modèles les plus vendus de la marque allemande revient en force sur les podiums pour donner le meilleur de sa version.

-/ One of the German brand's best-selling models is back on the catwalks to give the best of its version.

Davantage sportive et d'autant plus branchée, la version re-stylisée du Porsche Macan se décline cette année en version GTS.

Anatomie d'une sportive
Outre le légendaire vrombissement du moteur Porsche, la version GTS promet de réelles performances et des sensations fortes à chaque virage. Equipée d'un moteur V6 2.9 L biturbo, elle abrite pas moins de 380 chevaux sous son capot. Résultat : une accélération de 0 à 100 km/h en 4.7 secondes grâce au Pack Sport Chrono. Vivacité et agilité caractérisent donc la dernière-née de la lignée Macan.

SUV familial et ADN 100 % sportif, possible ?
Porsche l'a fait ! Le nouveau Porsche Macan se veut en effet indéniablement esthète, confortable mais sportif avant tout. Le pack intérieur GTS souligne la sportivité et le caractère athlétique du modèle. Sièges au design exclusif, feux avant et arrières assombris, roues en alliage RS Spyder noires de 20 pouces, et touche d'Alcantara… Grâce à ce SUV version Porsche, l'âme Gran Turismo Sport perdure et classe le modèle 2020 au rang des puissantes sportives de la marque.
Découvrez sans plus tarder le nouveau Porsche Macan GTS au Centre Porsche Genève. Plusieurs modèles sont disponibles immédiatement. Nos conseillers de vente sont à votre disposition pour vous le faire découvrir et pour les plus téméraires, l'essayer !

-/ Sportier and all the more trendy, the re-styled version of the Porsche Macan is available in a GTS version this year.

Anatomy of an athlete
In addition to the legendary roar of the Porsche engine, the GTS version promises real performance and thrills at every turn. Equipped with a 2.9 L twin-turbo V6 engine, it houses no less than 380 horsepower under its hood. As a result, it accelerates from 0 to 100 km / h in 4.7 seconds thanks to the Sport Chrono Pack. Vivacity and agility therefore characterize the latest addition to the Macan line.

Family SUV and 100% sporty DNA, possible?
Porsche did it! The new Porsche Macan is indeed undeniably aesthetic, comfortable but above all sporty. The GTS interior package highlights the model's sportiness and athleticism. Exclusive design seats, darkened front and rear lights, 20-inch black RS Spyder alloy wheels, and a touch of Alcantara… Thanks to this SUV Porsche version, the Gran Turismo Sport soul lives on and ranks the 2020 model among the brand's powerful sportscars. Discover the new Porsche Macan GTS at the Porsche Center Geneva without further delay. Several models are immediately available. Our sales advisers are at your disposal to make you discover it and for the most adventurous among you, test-drive it !

Centre Porsche Genève
Impasse Colombelle 2, Le Grand Saconnex
essai@porsche-geneve.ch / +41 (0) 22 911 79 20 / www.porsche-geneve.ch

PORSCHE

Par Hervé Borne

GOLD SAVE THE QUEEN

A l'occasion de son couronnement le 2 juin 1953, la Reine Elizabeth II d'Angleterre n'avait rien laissé au hasard…

-/ On the occasion of her coronation on June 2, 1953, Queen Elizabeth II of England had left nothing to chance…

Le 2 juin 1953, quinze mois après le décès de son père le roi George VI, Elizabeth est couronnée à l'abbaye de Westminster. Elle n'a que 27 ans et devient la sixième femme à siéger sur le trône d'Angleterre et la première depuis le décès de la reine Victoria, en 1901.
Une journée historique, télévisée, qui aura demandé 4 mois de préparatifs, réuni 8 000 invités et dont on estime l'audience à 277 millions de téléspectateurs.

Pour l'occasion, la jeune femme porte deux accessoires qui sont désormais rentrés dans l'histoire et qui restent d'actualité.

Jaeger-LeCoultre présente en 1929 le mouvement mécanique le plus petit de la planète, le calibre 101. Ses mensurations de rêve, 14 x 4.8 x 3.4 mm, permettent la création de montres bijoux exceptionnelles dont celle que porte ce jour-là Elizabeth. Deux lignes de diamants en guise de bracelet et un mini boîtier en or jaune. La manufacture l'a d'ailleurs réédité sous le nom de 101 Reine.

Roger Vivier, seul créateur français à participer à cet événement, crée pour Sa Majesté une paire de souliers dorés avec un talon incrusté de pierres. Un modèle réinterprété de façon assez fidèle, baptisé Vivier Queen Strass Sandal, qui fait partie de la collection printemps-été 2020 du chausseur. Deux must have pour les Reines des temps modernes.

-/ On June 2, 1953, fifteen months after the death of her father King George VI, Elizabeth was crowned at Westminster Abbey. She was only 27 years old and became the sixth woman to sit on the English throne and the first since the death of Queen Victoria in 1901.

A historic day, televised, which required 4 months of preparation, brought together 8,000 guests and an estimated audience of 277 million television viewers.

For the occasion, the young woman is wearing two accessories that have now made history and remain relevant to date.

***In 1929, Jaeger-LeCoultre presented the smallest mechanical movement on the planet,** the 101 calibre. Her dream measurements, 14 x 4.8 x 3.4 mm, allow the creation of exceptional jewellery watches, including the one worn by Elizabeth that day. Two lines of diamonds as a bracelet and a mini yellow gold case. The manufactory has reissued it under the name of 101 Queen.*

***Roger Vivier, the only French designer to participate in this event,** created for Her Majesty a pair of golden shoes with a heel inlaid with stones. A model reinterpreted in a fairly faithful way, called Vivier Queen Strass Sandal, which is part of the shoe maker's spring-summer 2020 collection.*
Two must have for modern-day queens.

B&O

* Ces offres ne sont ni transférables, ni cessibles, ni échangeables en espèces ou escomptes de caisse. Les offres ne s'appliquent qu'aux achats d'enceintes Beoplay M3 (d'une valeur de CHF 650), Beoplay M5 (d'une valeur de CHF 300), Beoplay M5 (d'une valeur de CHF 650), Beosound 1 (à partir de CHF 1'650), Beosound 2 (à partir de CHF 2'250), Beosound Balance (d'une valeur de CHF 2'250), Beosound Level (à partir de CHF 2'750) et Beosound Edge (à partir de CHF 3'750). Ces offres sont valables pour tous les coloris et toutes les variantes. La durée de validité de ces offres s'étend du 15 avril au 31 août 2020, dans la limite des stocks disponibles chez le distributeur. Ces offres ne sont pas cumulables avec d'autres promotions.

Emplissez chacune de vos pièces de musique, en profitant de notre offre spéciale sur les enceintes domestiques.

Pour l'achat de deux enceintes, bénéficiez d'une remise de 10 % sur vos deux produits. Pour l'achat de trois enceintes ou plus, bénéficiez d'une remise de 15 % sur tous vos produits.*

FAITES-EN L'EXPÉRIENCE DANS VOTRE MAGASIN
BANG & OLUFSEN LE PLUS PROCHE

BANG & OLUFSEN

Par Caroline Schwartz

CHIC TO **CHILL**

Nous sommes tous amenés à rester davantage à la maison, alors voici quelques looks d'intérieur à adopter. Stay at home with style !

-/ We're all going to stay home more, so here are some interior looks to adopt. Stay at home with style!

Sweat-shirt raccourci **Fendi**
Shorty en soie **La Perla**
Mules Hotel Vivier **Roger Vivier**

Pyjama **Olivia Von Halle**
Mules en velours **Hermès**

MINI ME

Pyjama Dormeur enfant **Bonpoint**
(Existe pour adulte)
Mules brillantes **Gucci Kids**

Pyjama en soie **Eres**
Pantoufles en satin **Louis Vuitton**

PIAGET

PIAGET POLO

Piaget.com

Par Caroline Schwartz

COLOR POWER

Portés seuls ou en jouant sur l'effet d'accumulation, les bracelets ultra colorés sont les stars de l'été sur nos bras nus et bronzés (si seulement).

-/ Worn alone or playing on the accumulation effect, the ultra-coloured bracelets are the stars of the summer on our bare, tanned arms (if only).

1. Manchette Bone - Tiffany & Co.
Créée en édition spéciale, cette manchette Bone Elsa Peretti® commémore en couleurs 50 ans de créations emblématiques. Alliance de force féminine et de lignes fluides, ce design révolutionnaire est apparu dans les années 70. Épousant les lignes du corps, la beauté sublime et sensuelle de la manchette Bone renaît en bleu vif, gravée de l'inscription « special edition ». Finition Colorée sur cuivre

2. Bracelets Collier de Chien et Evelyn - Hermès
Hermès a développé cette nouvelle matière, l'aluminium anodisé pour ses bracelets iconiques Collier de Chien et Evelyn. La surface de ces deux bracelets est traitée au moyen d'un processus d'oxydation innovant, afin que la couleur fusionne parfaitement avec le métal le rendant ainsi résistant à la saleté et aux rayures. de l'Orange tropique au Bleu Egée, des couleurs inspirées des couchers de soleil californiens..

3. Manchette Crush for you - Suzanne Syz
En or blanc, aluminium et diamants

4. Manchette Blue Velvet Vhernier
Titanium bleu et diamants

ALLAMAN
C.Cial Littoral Centre
021 807 42 38

BULLE
Grand Rue 36
026 913 13 16

CHAVANNES DE BOGIS
C.Cial de Chavannes de Bogis
022 776 73 74

CRISSIER
C.Cial Leman Centre
021 635 33 67

FRIBOURG
Boulevard Perolles, 5
026 322 76 78

GENEVE
Route de Florissant, 62
022 347 45 40

Rue du Marché, 18
022 312 12 25

C.Cial Balexert - Av Louis Casaï, 27
022 796 00 53

LAUSANNE
Place Chauderon, 16
021 311 27 33

C.Cial Coop La Caroline - Rue Caroline, 6
021 323 06 06

LA NEUVEVILLE
C.Cial Migros- Chemin des Vergers, 20
032 753 84 44

MEYRIN
C.Cial Meyrin - Av de Feuillasse, 24
022 782 49 50

MONTREUX
C. Cial Migros Le Forum - Place du Marché N°6
021 965 12 46

MORGES
Grande Rue, 8
021 802 30 68

NYON
C.Cial La Combe
022 361 89 74

PAYERNE
C.Cial Coop
026 662 11 26

PETIT LANCY GENEVE
C.Cial Lancy-Onex
022 792 32 82

SIGNY
C.Cial Signy Centre
022 363 03 93

VERSOIX
Rampe de la Gare, 2
022 755 11 41

VESENAZ
Route d'Hermance, 10
022 752 05 15

VEVEY
C.Cial St Antoine
021 923 64 46

www.jeanlouisdavid.com

DÉCHAÎNÉES

Accessoire phare des années 70, les chaînes de lunettes font un retour en force. A perles chez Chanel ou à maillons surdimensionnés chez Gucci, ces chaînes accessoirisent avec audace toutes les montures.

-/ A flagship accessory of the 70s, eyewear chains are making a huge comeback. Beaded by Chanel or with oversized links by Gucci, these chains boldly accessorize all frames.

1.

2.

3.

4.

5.

1. Lunettes à chaînes exclusives 50ème anniversaire **Linda Farrow**
2. Lunettes ovales en métal, acétate, résine & perles de verre **Chanel**
3. Solaires à chaînes lettres **Fendi**
4. Chaîne plaqué or 18 carats Lucky **The Frame Chain**
5. Chaîne de lunettes en résine (lunettes vendues séparément) **Gucci**

DEGUSSA:
THE SIMPLEST WAY
TO INVEST IN
PRECIOUS METALS.

Gold has been the strongest currency for 6000 years and is therefore considered a solid long-term investment. As the largest independent precious-metal trader in Europe outside the banking system, Degussa is able to offer you comprehensive advice in our Swiss branches in Zurich and Geneva. We help you compile your personal investment portfolio with a wide selection of Degussa-branded gold bars that include a security number. We also offer bullion coins as an alternative investment opportunity. In addition, we have collectible coins and high-carat precious-metal gifts. For safe storage, we offer state-of-the-art safe deposit box facilities protecting your assets 24/7.

Further information and online shop at:
DEGUSSA-GOLDHANDEL.CH

YOU CAN ALSO VISIT US ONLINE

SHOWROOMS:
BLEICHERWEG 41 · 8002 ZURICH
PHONE: +41 44 403 41 10
QUAI DU MONT-BLANC 5 · 1201 GENEVA
PHONE: +41 22 908 14 00

Degussa
GOLD AND SILVER.

ZURICH I GENEVA I FRANKFURT I MADRID I LONDON

Par Caroline Schwartz

FEU DE **JOIE**

Une touche de couleurs pop avec ces bougies printanières.

-/ A touch of pop colours with these spring candles.

www.overose.com

www.lueurdessens.ch

www.diptyqueparis.com

www.acquadiparma.com

www.baobabcollection.com

www.maisonlabougie.com

MAGNIFIQUE DEMEURE AVEC VUE LAC

PARCELLE: 3'300 m² | SURFACE: 700 m² | PRIX: PRIX SUR DEMANDE | Ref: V0872GE

LUXURY REAL ESTATE

THE GREATEST TRANSACTIONS
ALWAYS BEAR THE SAME SIGNATURE

JOHN TAYLOR
LUXURY REAL ESTATE SINCE 1864

VERBIER · GENEVA · LAUSANNE
GSTAAD · CRANS-MONTANA · MONTREUX

JOHN TAYLOR GENÈVE · PLACE DE CORNAVIN 3 · TEL. : +41 22 809 08 11 · 1201 GENEVA · GENEVE@JOHN-TAYLOR.COM

JOHN TAYLOR INTERNATIONAL LUXURY REAL ESTATE NETWORK | FRANCE · GERMANY · ITALY · MALTA
MONACO · QATAR · RUSSIA · SAUDI ARABIA · SPAIN · SWITZERLAND · UNITED KINGDOM · UNITED STATES

WWW.JOHN-TAYLOR.CH

Par Hervé Borne

LA BROCHE FLORALE DE **GRAFF**

-/ GRAFF'S FLORAL BROOCH

Sertie de 63 carats de diamants, dont 17 carats de diamants roses, cette broche célèbre l'amour que porte Graff à la nature et aux pierres exceptionnelles.

-/ Set with 63 carats of diamonds, including 17 carats of pink diamonds, this brooch celebrates Graff's love of nature and exceptional stones.

Depuis sa création en 1960, Graff a toujours imaginé de sublimes broches.

Bijoux au top de la tendance du moment dont les origines remontent à l'âge du bronze lorsqu'elles étaient portées pour maintenir les vêtements en place. Gagnant en sophistication au fil du temps, elles se sont imposées comme must have et, particulièrement chez Graff, se sont inspirées souvent de Dame Nature en général, des fleurs en particulier.
Les motifs floraux figuratifs sont en effet une des spécialités Graff.

La preuve ici avec cette broche spectaculaire sertie de diamants roses et blancs totalisant 63 carats.

Une fleur imaginaire avec ses tiges entrelacées dont le centre est serti en tremblant de sorte que les pétales bougent à chaque mouvement de son heureuse propriétaire.

Impossible de rester insensible à ces diamants roses, 293 au total pour 17 carats, à la teinte exquise, rehaussée et intensifiée par les diamants blancs, ronds, tailles poire et marquise.
Une merveille.

Graff
Rue du Rhône 29, 1204 Genève
+41 22 819 60 60
www.graff.com

-/ Since its creation in 1960, Graff has always imagined sublime brooches.

Jewelry at the top of the current trend, whose origins date back to the Bronze Age when they were worn to hold clothes in place. Becoming more sophisticated over time, they have become a must have and, particularly at Graff, have often been inspired by Mother Nature in general and flowers in particular.
Figurative floral motifs are indeed one of Graff's specialities.

Witness the proof here with this spectacular brooch set with pink and white diamonds totalling 63 carats. An imaginary flower with its intertwined stems whose centre is set as a «tremblant» so that the petals move with each movement of its happy owner.
It is simply impossible to remain insensitive to these pink diamonds, 293 in total for 17 carats, with their exquisite hue, enhanced and intensified by the white, round, pear and marquise cut diamonds. A marvel.

CHOISIE PAR LES MEILLEURS

laurentperrierrose www.cuveerose.com Photographe : Iris Velghe

COTE MAGAZINE LOVES MASTERPIECE

LA MASTERPIECE DE **BOGHOSSIAN**

UNE SPECTACULAIRE MANCHETTE METTANT EN MAJESTÉ UNE PIERRE DE LUNE TAILLE PAIN DE SUCRE.

-/ A SPECTACULAR CUFF FEATURING A SUGARLOAF MOONSTONE.

Lorsqu'un joaillier présente une masterpiece, le résultat est toujours saisissant.

La preuve ici avec cette manchette en or blanc, émeraudes, diamants et perles de cristal dont le motif central n'est autre qu'une pierre de lune taille pain de sucre de 93,13 carats posée sur un coussin de cabochons émeraude plats. Un rêve…

-/ When a jeweler presents a masterpiece, the result is always striking.

As evidenced here with this cuff in white gold, emeralds, diamonds and crystal pearls whose central motif is none other than a 93.13 carat sugarloaf moonstone placed on a cushion of flat emerald cabochons. Dreamy…

Boghossian
Rue du Rhône 42, 1204 Genève
+41 22 900 00 30
www.boghossianjewels.com

CHAMPAGNE
PERRIER-JOUËT
MAISON FONDÉE EN 1811

Perrier-Jouët Blanc de Blancs est une cuvée vive et spontanée,
fraîche et florale qui associe des notes d'agrumes à celles de fleurs fraîches.
Ce champagne est un hommage au Chardonnay qui revèle le style unique de la Maison Perrier-Jouët.

Please Drink Responsibly
www.perrier-jouet.com

Par Hervé Borne

LA BELLE **TRENTAINE**

-/ BEAUTIFUL THIRTIES

Depuis 1990, 30 ans déjà, la collection Possession de Piaget séduit les femmes au fil de ses éléments mobiles qui éveillent en beauté le sens du toucher.

-/ Since 1990, 30 years already, the Piaget Possession collection has seduced women with its mobile elements that beautifully awaken the sense of touch.

La belle histoire de Possession a débuté par une bague. Une pièce hissée au rang d'icône avec son anneau central mobile. Tournant librement sur lui-même, il s'est imposé comme un jeu, un terrain d'interaction entre le bijou et la femme.

L'aventure a continué pendant trois décennies grâce à l'étoffement de la collection au travers de bracelets, de boucles d'oreilles, de colliers, dont l'ADN commun est bien entendu resté le même, un élément mobile…

Aujourd'hui, cette saga joaillère ouvre un nouveau chapitre avec la possibilité de personnaliser son modèle Possession. Le dernier-né, un pendentif qui se fait porte-bonheur grâce à la gravure sur une des deux faces de son motif central en forme de cabochon qui se retourne sur lui-même. Le fameux élément mobile...
La gravure investira la face vierge et jouera alors à cache-cache avec l'autre face, cette fois pavée de diamants.

Un nouveau must have qui rejoint la grande famille Possession aux côtés de pendentifs coulissants, d'un bangle double tour, ou de pendants d'oreilles…

-/The beautiful story of Possession began with a ring. A piece hoisted to the rank of an icon with its movable central ring. Turning freely on itself, it has established itself as a game, a field of interaction between jewelry and women.

The adventure continued for three decades thanks to the expansion of the collection through bracelets, earrings, necklaces, whose common DNA has of course remained the same, a mobile element ...

Today, this jewelry saga opens a new chapter with the possibility of personalizing one's Possession model. The latest addition, a lucky pendant engraved on one of its two sides' central motif, in the shape of a cabochon which turns on itself. The famous mobile element...

The engraving will take over the blank side and then play hide and seek with the other side, paved with diamonds.

***A new must-have** among the large Possession family alongside sliding pendants, a double turn bangle, or ear pendants ...*

Piaget
Rue du Rhône 40, 1204 Genève
+41 22 518 56 17
www.piaget.com

The Science of Cosmetics

cellcosmet Switzerland

The perfect duo
for a redefined silhouette

BodyGommage-XT
Sculpting* and unifying effect

CelluTotal-XT
360° Anti-Cellulite* Cream

cellcosmet cellmen Switzerland
GOMMAGE CORPS-XT
BODYGOMMAGE-XT
Crème Exfoliante Modelante Corps
Aux Sphères de Cire de Jojoba
Exfoliating Body Sculpting Cream
With Jojoba Wax Spheres
200ml / 197g
Net wt. 6.95 oz

cellcosmet Switzerland
CELLUTOTAL-XT
Crème Anti-Cellulite 360°
Aux Complexes SwelFermeté et FitShape
360° Anti-Cellulite* Cream
With SwelFermeté and FitShape Complexes
Net wt. 4.44 oz

www.cellcosmet.com

Par Hervé Borne

COULEURS FROIDES

-/ COLD COLOURS

Quoi de plus chic que des couleurs froides sur une peau bronzée ? Nuances d'or gris, de diamants blancs, ou camaïeu de pierres bleues pour des bijoux à porter tout au long des beaux jours.

-/ Nothing as chic as cold colors on a tanned skin. Shades of white gold, white diamonds, or blue stone monochrome for jewels to be worn all through the sunny days.

1-

2-

3-

4-

5-

1- Montre Reverso One Duetto en acier, brancards sertis de diamants, mouvement à remontage manuel, braceet en alligator, ***Jaeger-LeCoultre.***

2- Montre Nantucket Jeté de Chaîne d'Ancre en aceir partiellement sertie de diamants, mouvement à quartz, bracelet en alligator, ***Hermès.***

3- Bracelet Force 10 avec manille en or blanc sertie de topazes, saphirs et diamants, ***Fred.***

4- Bracelet Peekaboo or gris serti d'une aigue-marine de 1, 9 carat et de diamants, ***Bucherer.***

5- Bague Mistra en or blanc sertie de saphirs et diamants avec au centre un saphir «Royal Blue» sri lankais de 7, 13 carats, ***Adler.***

6- Bague Lion Médaille en or blanc sertie de diamants avec au centre un quartz fumé, ***Chanel Joaillerie.***

7- Bague entre les doigts Frivole en or blanc sertie de diamants, ***Van Cleef and Arpels.***

8- Bracelet Juste un Clou en or blanc serti de diamants, ***Cartier.***

9- Montre Twenty-4 en acier, lunette sertie de diamants, mouvement automatique, bracelet en acier, ***Patek Philippe.***

10- Bague Mimirose en or blanc sertie de diamants, ***Dior Joaillerie.***

7-

6-

8-

9-

10-

1- *Reverso One Duetto steel watch, diamond-set stretchers, hand-wound movement, alligator strap,* ***Jaeger-LeCoultre.***

2- *Nantucket Jeté de Chaîne d'Ancre steel watch partially set with diamonds, quartz movement, alligator strap,* ***Hermès.***

3- *Bracelet Force 10 with white gold shackle set with topaz, sapphires and diamonds,* ***Fred.***

4- *Bracelet Peekaboo in white gold set with a 1.9 carat aquamarine and diamonds,* ***Bucherer.***

5- *Mistra ring in white gold set with sapphires and diamonds with a 7.13-carat Sri Lankan «Royal Blue» sapphire in the centre,* ***Adler.***

6- *Lion Medal ring in white gold set with diamonds with a smoky quartz in the center,* ***Chanel Joaillerie.***

7- *Frivole white gold ring between the fingers set with diamonds,* ***Van Cleef and Arpels.***

8- *Juste un Clou bracelet in white gold set with diamonds,* ***Cartier.***

9- *Stainless steel Twenty-4 watch, diamond-set bezel, automatic movement, stainless steel bracelet,* ***Patek Philippe.***

10- *Mimirose ring in white gold set with diamonds,* ***Dior Joaillerie.***

Par Hervé Borne

LE SUPER HÉROS
DE L'HORLOGERIE VEND SES MONTRES

-/ THE SUPER HERO OF WATCHMAKING SELLS HIS WATCHES

Jean-Claude Biver, que l'on ne présente plus, a décidé de vendre sa collection de montres. Une vente événement orchestrée par Phillips in Association with Bacs & Russo.

-/ Jean-Claude Biver, who needs no introduction, has decided to sell his watch collection. An event sale orchestrated by Phillips in Association with Bacs & Russo.

C'est en février dernier que Phillips in Association with Bacs & Russo a annoncé la nouvelle… Jean-Claude Biver a décidé de vendre sa collection de montres en faisant appel à leurs services. Une vente événement qui s'inscrit dans le calendrier de Phillips au sein de la Geneva Watch Auction XI au cours du mois de juin, les 27 et 28, dans les salons de l'hôtel La Réserve.

Ainsi, Jean-Claude Biver ne s'impose plus seulement comme le super héros de l'horlogerie, génie marketing et extraordinaire visionnaire, mais également comme un collectionneur éclairé.

Au fil de sa carrière de plus de 40 ans, il a regroupé de véritables trésors. Il les compare d'ailleurs à des œuvres d'art : « Le fait de collectionner de l'art est une façon de se connecter à l'éternité » dit-il.. **Morceaux choisis avec quatre Patek Philippe extrêmement rares et en parfait état. En d'autres termes, le Graal…**

- La référence 96HU en or jaune de 1937
Une heures universelles produite deux ans avant la première séries de montres à heures universelles signées patek Philippe. On parle donc ici d'une pré-série dont un seul modèle est aujourd'hui recensé. Estimée entre 300 000 et 600 000 CHF.

- La référence 1518 en or rose avec cadran rose de 1948
Une merveille qui n'est autre que le premier chronographe calendrier perpétuel produit en série par Patek Philippe à partir de 1941. Il n'y aurait que 281 exemplaires qui seraient sortis des ateliers de la manufacture dont la majorité en or jaune. Si les versions en or rose sont très rares, elles le sont encore plus avec un cadran rose, on parle de 13 exemplaires au total.
Estimée entre 1 200 000 et 2 400 000 CHF.

- La référence 2499 en or jaune de 1957
Un second chronographe calendrier perpétuel considéré à juste titre comme l'héritier de la référence 1518. Lancé en 1951, ill affiche des poussoirs ronds et une boîte plus grande, cette fois de 37, 5 mm de diamètre. Une autre rareté, on parle de seulement 20 exemplaires recensés.
Estimée entre 1 000 000 et 2 000 000 CHF,

- La référence 1579 en platine de 1946
Incroyable, il sagit d'un des trois chronographes vintage en platine connus de Patek Philippe. Il celui-ci est en parfait était. Ce qui est encore plus incroyable c'est que chacun de ces trois trésors dispose d'un numéro de série propre et d'un cadran différent. Ce qui en font trois pièces uniques.
Estimée entre 800 000 et 1 600 000 CHF,

-/ It was last February that Phillips in Association with Bacs & Russo announced the news… Jean-Claude Biver had decided to sell his collection of watches using their services.
An event sale which is part of the Phillips calendar within the Geneva Watch Auction XI during the month of June, the 27th and 28th, in the salons of the hotel La Réserve.

Thus, Jean-Claude Biver no longer appears only as the superhero of watchmaking, marketing genius and extraordinary visionary, but also as an enlightened collector.

Throughout his career of more than 40 years, he has gathered real treasures. He compares them to works of art: «Collecting art is a way of connecting to eternity,» he says.
Here's our selection of four extremely rare Patek Philipp pieces, in perfect condition. In other words, the Holy Grail …

- Reference 96HU in yellow gold from 1937
A «universal time» produced two years before the first series of Patek Philippe universal time watches.
We are talking here about a pre-series of which only one model is listed today.
Estimated between 300,000 and 600,000 CHF.

- Reference 1518 in pink gold with a pink dial from 1948
A marvel which is none other than the first perpetual calendar chronograph mass-produced by Patek Philippe, in 1941. Only 281 of them have left the manufacture's workshops, most of them in yellow gold. If the pink gold versions are very hard to come by, they are even more so with a pink dial : we are talking about 13 copies in total.
Estimated between 1,200,000 and 2,400,000 CHF.

- Reference 2499 in yellow gold from 1957
A second perpetual calendar chronograph rightly regarded as the heir to the reference 1518.
Launched in 1951, it displays round pushers and a larger case, this time 37.5 mm in diameter. Another rarity, only 20 copies are listed.
Estimated between 1,000,000 and 2,000,000 CHF.

- Reference 1579 in platinum from 1946
Incredible, it is one of three known vintage platinum chronographs by Patek Philippe. It is also in perfect condition.

What is even more incredible is that each of these three treasures has its own serial number and a different dial. Which makes them three unique pieces.
Estimated between 800,000 and 1,600,000 CHF.

Par Hervé Borne

QUOI DE NEUF SUR LA PLANÈTE MONTRES ?

-/ WHAT'S NEW ON THE WATCHMAKING PLANET?

Faute de voyager réellement, faites-le par la magie des montres… tour d'horizon express.

-/ If you can't really travel, do it by the magic of watches… quick overview.

1- CARTIER EN HOMMAGE À SANTOS-DUMONT

-/ CARTIER PAYS TRIBUTE TO SANTOS-DUMONT

C'est au travers d'une nouvelle Santos-Dumont XL, au choix en or rose, en acier et or rose ou en acier, montée sur un bracelet en alligator, que Cartier continue de rendre hommage au pionnier Santos-Dumont. Pour lequel Louis Cartier avait créé en 1904 la première montre bracelet de l'histoire de l'horlogerie moderne. Son design et ses proportions sont entièrement retravaillés. La boîte, 46,6 x 33,9 mm x 7,5 mm, est profilée, les lignes sont tendues, son élégance est sans fioriture, son cadran est ample et généreux. Un design zéro défaut qui abrite le calibre 430 MC mécanique à remontage manuel.

-/ It is through a new Santos-Dumont XL, in a choice of rose gold, steel and rose gold or steel, mounted on an alligator strap, that Cartier continues to pay tribute to the pioneer Santos-Dumont. For which Louis Cartier created the first wristwatch in the history of modern watchmaking in 1904. Its design and proportions have been entirely reworked. The case, 46.6 x 33.9 mm x 7.5 mm, is streamlined, the lines are taut, its elegance is straightforward and its dial is ample and generous. A zero-defect design that houses the hand-wound mechanical Calibre 430 MC.

www.cartier.com

1- VACHERON CONSTANTIN EN MODE RÉTRO-CONTEMPORAIN

-/ VACHERON CONSTANTIN IN RETRO-CONTEMPORARY MODE

Lancée en 2018, la collection rétro-contemporaine Fiftysix, inspirée d'un modèles de 1956, s'étoffe de deux nouvelles références. Une version automatique simple, ainsi qu'une version calendrier complet automatique (photo). Deux pièces en or rose, de 40 mm de diamètre, rehaussées d'un nouveau cadran brun sépia assorti d'un bracelet en cuir de veau. A porter dans toutes les circonstances.

-/ Launched in 2018, the retro-contemporary Fiftysix collection, inspired by a 1956 model, is being expanded with two new references. A simple automatic version, as well as a fully automatic calendar version (photo). Two 40 mm-diameter rose gold pieces enhanced by a new sepia brown dial with a calf leather strap. To be worn in all circumstances.

www.vacheron-constantin.com

1- MONTBLANC CAPITALISE SUR LE VINTAGE

-/ MONTBLANC BUILDS ON VINTAGE

Avec le 1858 Split Second Chronograph, Montblanc démontre combien elle continue de capitaliser sur la folie vintage. La montre, présentée dans un boîtier en titane de 44 mm de diamètre et monté sur un bracelet en alligator, animée d'un mouvement à remontage manuel, affiche un cadran au style d'antan protégé par une glace saphir bombée. En émail grand feu bleu satiné, il met en scène les compteurs auxiliaires dédiés à la fonction chronographe monopoussoir, l'aiguille rattrapante, reconnaissable par sa couleur orange, ainsi que les échelles tachymétrique et télémétrique. Un nouveau collector édité en série limitée à 100 exemplaires.

-/ With the 1858 Split Second Chronograph, Montblanc shows how much it continues to build on the craze for vintage. The watch, presented in a titanium case measuring 44 mm in diameter and mounted on an alligator strap, driven by a hand-wound movement, features a dial in yesteryear's style protected by a domed sapphire crystal. In satin-blue grand feu enamel, it features the auxiliary counters dedicated to the single-pusher chronograph function, the split-seconds hand, recognizable by its orange color, as well as the tachometric and telemetric scales. A new collector's item in a limited edition of 100 pieces.

www.montblanc.com

1- ROLEX JOUE LA CARTE DES TONS CHAUDS

-/ ROLEX PLAYS THE WARM TONES CARD

Montre sport-chic par excellence, la GMT-Master II s'habille ici d'une lunette bicolore en céramique noire et brune assortie à un boîtier de 40 mm de diamètre et un bracelet à trois mailles en acier et or rose. Une harmonie chaleureuse et très élégante pour un modèle icône lancé par la marque à la couronne en 1955. Une pièce révolutionnaire affichant un second fuseau horaire au fil d'une aiguille centrale supplémentaire et d'une lunette graduée 24 heures animée aujourd'hui par le calibre Rolex 3285. A remontage automatique, il a été entièrement développé et manufacturé en interne.

-/ A sporty-chic watch par excellence, the GMT-Master II is dressed here with a two-tone black and brown ceramic bezel matching a 40 mm diameter case and a three-link bracelet in steel and rose gold. A warm and very elegant harmony for an iconic model launched by the brand with a crown in 1955. A revolutionary timepiece displaying a second time zone with an additional central hand and a 24-hour graduated bezel now animated by the Rolex calibre 3285. With automatic winding, it was entirely developed and manufactured in-house. **www.rolex.com**

1- F.P. JOURNE PRÉSENTE UN TOURBILLON SOUVERAIN VERTICAL

-/ F.P. JOURNE PRESENTS THE TOURBILLON SOUVERAIN VERTICAL

Après plus de 20 ans de succès de son Tourbillon Souverain, dont la première version a été lancée en 1999, F.P. Journe présente un nouveau Tourbillon Souverain avec remontoir d'égalité et seconde morte. Mais cette fois, la cage n'est plus horizontale comme traditionnellement, mais verticale. « J'ai conçu ce tourbillon vertical pour que son fonctionnement soit constant en position à plat ou posé sur la tranche » confie François-Paul Journe. Une mécanique merveilleuse à remontage manuel (calibre 1519) disponible au choix en or 6N 18 ct. ou en platine, de 42 mm de diamètre et montée sur un bracelet en cuir.

-/ After more than 20 years of success with its Tourbillon Souverain, the first version of which was launched in 1999, F.P. Journe presents a new Tourbillon Souverain with a remontoir d'égalité - constant force device - and deadbeat seconds.This time, however, the cage is no longer horizontal as traditionally, but vertical. «I designed this vertical tourbillon so that it operates constantly in a flat position or on its edge,» confides François-Paul Journe. A marvellous hand-wound mechanism (calibre 1519) available in either 18K 6N gold or platinum, 42 mm in diameter and mounted on a leather strap.

www.fpjourne.com

1- FENDI ET SON F RENVERSÉ

-/ FENDI AND ITS INVERTED F

Lorsque l'on admire la Run Away Rectangle de Fendi, on est tout de suite interpellé par son effet de style unique. Celui d'avoir renversé le F de Fendi sur le cadran afin de le métamorphoser en motif central. S'il ajoute du dynamisme à la boîte (22, 5 mm x 32 mm), déclinée ici en acier, il bouscule le cadran opalin noir animé par un calibre à quartz dont les heures et minutes sont décentrées. Une mise en scène réussie montée sur un bracelet en veau.

-/ When admiring Fendi's Run Away Rectangle, one is immediately struck by its unique styling effect: That of having inverted the F of Fendi on the dial in order to transform it into a central motif. While adding dynamism to the case (22.5 mm x 32 mm), here in steel, it shakes up the black opaline dial animated by a quartz caliber whose hours and minutes are off-center. A successful staging mounted on a calfskin strap.

www.fendi.com

Par Hervé Borne

HAUTE VOLTIGE

-/ FLYING HIGH

Les horlogers oublient parfois la simple lecture de l'heure sur les cadrans… Ce qui pourrait paraître regrettable… mais non. C'est pour la bonne cause. Car, lorsque que créativité rejoint savoir-faire, les manufactures présentent des garde-temps de haut vol sur fond de design viril.

-/ Watchmakers sometimes forget to allow the simple reading of time on the dials... which might seem regrettable... but it's not. It's for the best, actually. Because, when creativity meets know-how, the factories present top-of-the-range timepieces against the backdrop of virile design.

1-

2-

3-

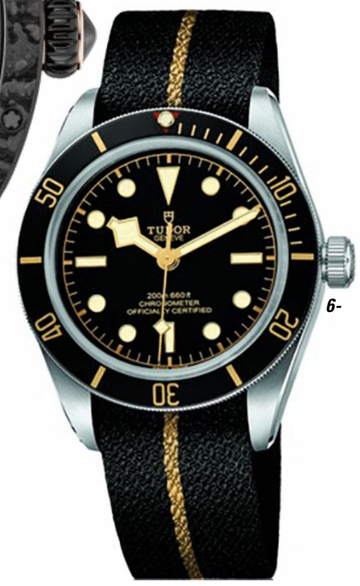
***1*- Symétrique**
Klepcys Vertical Tourbillon en titane noir, 44 mm de diamètre, mouvement à remontage manuel avec tourbillon, heures sautantes et minutes rétrogrades, indicateur de réserve de marche et date, bracelet en alligator. Série limitée à 38 exemplaires. *-/ Klepcys Vertical Tourbillon in black titanium, 44 mm diameter, manual winding movement with tourbillon, jumping hours and retrograde minutes, power reserve and date indicator, alligator strap. Limited series of 38 copies.* ***Cyrus.***

***2*- Fantôme**
Big Bang Integral en céramique, 42 mm de diamètre, mouvement chronographe flyback automatique squeletté, bracelet en céramique. *-/ Big Bang Integral in ceramic, 42 mm diameter, skeletonized automatic flyback chronograph movement, ceramic bracelet.* ***Hublot.***

***3*- Contemporaine**
Grip en acier PVD gris gravé du logo GG, 38 mm de diamètre, mouvement à quartz avec heures et minutes traînantes et date, bracelet en acier PVD gris gravé du logo GG. *-/ Gray PVD steel grip engraved with the GG logo, 38 mm diameter, quartz movement with trailing hours, minutes and date, gray PVD steel bracelet engraved with the GG logo.* ***Gucci.***

4-

5-



6-

***4*- Cylindrique**
UR-111 TT en en acier et acier noir, 42 mm x 46 mm, mouvement automatique avec heures sautantes, minutes cylindriques et secondes digitales, bracelet en toile renforcée. Série limitée à 25 exemplaires. *-/ UR-111 TT in steel and black steel, 42 mm x 46 mm, automatic movement with jumping hours, cylindrical minutes and digital seconds, reinforced canvas strap. Series limited to 25 copies.* ***Urwerk.***

***5*- Architecturée**
RM 17-01 en carbone, 48 mm x 40 mm, mouvement à remontage manuel squeletté avec tourbillon et indicateurs de réserve de marche et de fonctions, bracelet en caoutchouc. Série limitée à 10 exemplaires.
-/ RM 17-01 in carbon, 48 mm x 40 mm, skeletonised manual winding movement with tourbillon and power reserve and function indicators, rubber strap. Limited series of 10 copies. ***Richard Mille.***

***6*- Vintage**
Black Bay Fifty-Eight en acier, lunette en aluminium, 39 mm de diamètre, mouvement automatique, bracelet en toile.
-/ Black Bay Fifty-Eight in steel, aluminum bezel, 39 mm diameter, automatic movement, canvas strap. ***Tudor.***

***7*- Transparente**
Laureato Absolute Light, boîtier en cristal de saphir et titane, 44 mm de diamètre, mouvement automatique squeletté avec petite seconde, bracelet en caoutchouc texturé. Série limitée à 88 exemplaires.
-/ Laureato Absolute Light, case in sapphire and titanium crystal, 44 mm diameter, skeletonized automatic movement with small seconds, textured rubber strap. Series limited to 88 copies. ***Girard Perregaux.***

7-

8-

10-

9-

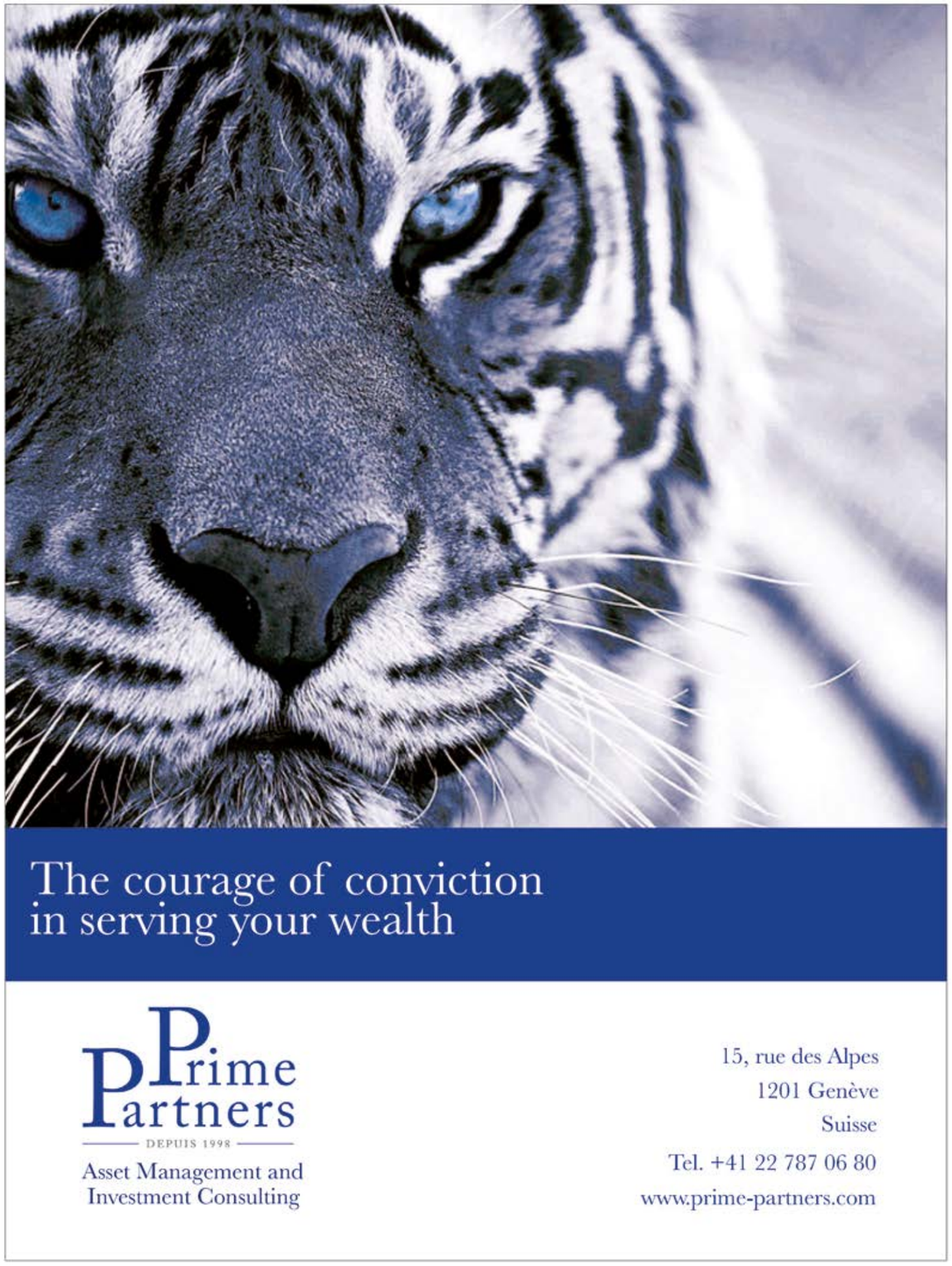
11-

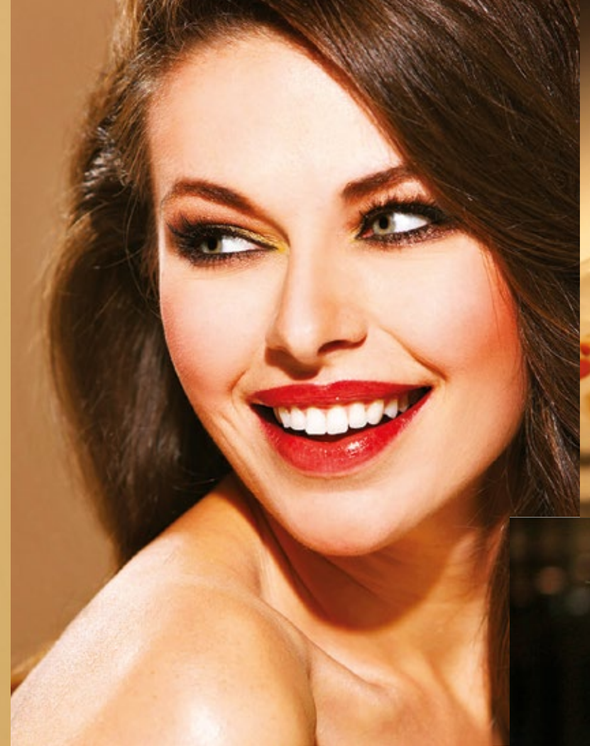
***8-* Pure**
DB28XP V2 en titane, 43 mm de diamètre, mouvement à remontage manuel dont le balancier est visble à travers une ouverture sur le cadran, bracelet en alligator. *-/ DB28XP V2 in titanium, 43 mm diameter, manual winding movement whose balance wheel is visible through an opening on the dial, alligator strap.* ***De Bethune.***

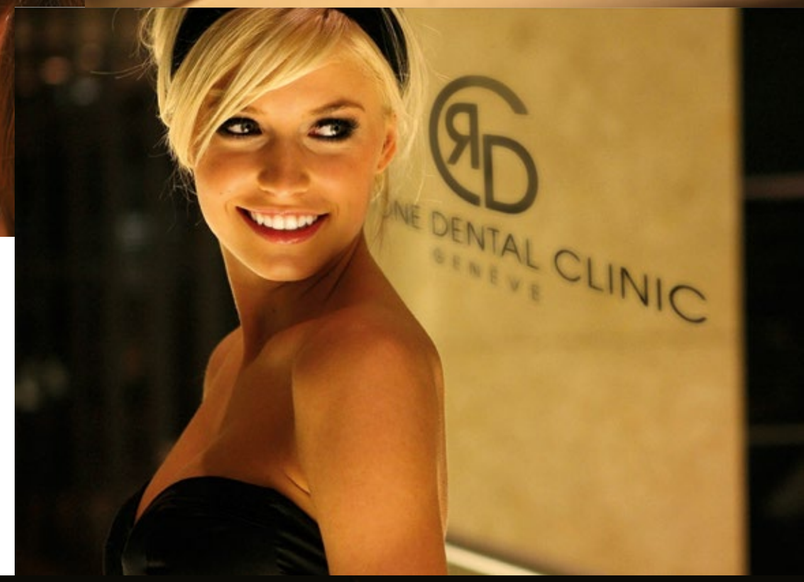
***9-* Sportive**
Luminor Marina en Carbotech, 44 mm de diamètre, mouvement automatique avec petite seconde et date, bracelet en Sportech. *-/ Luminor Marina in Carbotech, 44 mm diameter, automatic movement with small seconds and date, Sportech bracelet.* ***Panerai.***

***10-* Animale**
HM 10 Bulldog en titane, 54mm x 45mm x 24mm, mouvement à remontage manuel avec heures sur dôme gauche, minutes sur dôme droit et indicateur de réserve de marche, bracelet en veau. *-/ HM 10 Bulldog in titanium, 54mm x 45mm x 24mm, manual winding movement with hours on left dome, minutes on right dome and power reserve indicator, calfskin strap.* ***MB&F.***

***11-* Motorisée**
Jacob & Co x Bugatti Chiron, boîtier en titane PVD noir, 54 mm x 44 mm, mouvement tourbillon squeletté à remontage manuel avec indicateur de réserve de marche et animation sur demande des pistons et vilebrequins, bracelet en caoutchouc. Série limitée à 88 exemplaires. *-/ Jacob & Co x Bugatti Chiron, black PVD titanium case, 54 mm x 44 mm, hand-wound Skeleton tourbillon movement with power reserve indicator ; pistons and shafts animated on request, rubber strap. Limited edition of 88 pieces.* ***Jacob&Co.***







Your Smile, our Signature

Experts in Dental Cares
& Dental Aesthetics

RHÔNE DENTAL CLINIC
GENÈVE

www.rhone-dental-clinic.ch
Rue du Rhône 29 /1204 Geneva /
Switzerland / +41 22 310 50 77

Nous vous accueillerons avec le même professionnalisme d'avant la crise du Covid-19, mais avec des mesures sanitaires renforcées, en conformité avec les dernières directives de l'Office Fédéral de la Santé Publique (OFSP) et de la Société Suisse des Médecin- dentistes (SSO). Nous vous recevrons toujours sur rendez-vous, avec des procédures qui permettront à tous d'être protégés et un déroulement des soins dans d'excellentes conditions sanitaires.

We will welcome you with the same professionalism as before the Covid-19 crisis, but with reinforced sanitary measures, in accordance with the latest directives of the Federal Office of Public Health (FOPH) and the Swiss Society of Dentists (SSO). We will always receive you by appointment, with procedures that will allow everyone to be protected and a course of treatment in excellent sanitary conditions.

BELAIRFINEART
GENEVA

PRESENTS

NILOUFAR
BANISADR
CONTEMPORARY PHOTOGRAPHY

MARIELA
GARIBAY
CONTEMPORARY SCULPTURE

JUNE 15TH - JULY 15TH 2020

BEL-AIR FINE ART - GENEVA
7, RUE DE LA CORRATERIE - 1204 GENEVA
GENEVA@BELAIRFINEART.COM

BELAIRFINEART.COM

FACE TO FACE

DIDIER **GUILLON** - ZANJA LA **CROIX** - ANDREA **MATTEUCCI** - ALMA **JODOROWSKY,** AMBASSADRICE **CHANEL**

Byblos, Jack Nicholson et Cher aux Caves du Roy, en 1982.

Par Marianne Eschbach

«L'ART NE VIEILLIT PAS»

INTERVIEW DE **DIDIER GUILLON,** PRÉSIDENT ET DIRECTEUR ARTISTIQUE DU GROUPE VALMONT

Le cœur de Didier Guillon bat pour l'art depuis son plus jeune âge. Cette passion est restée intacte lorsqu'il a acheté la marque de cosmétiques suisse Valmont et, avec sa femme, l'a transformée en groupe Valmont. La devise de l'entreprise, «L'art rencontre la beauté», est davantage qu'un simple slogan…

-/ Didier Guillon's heart has been beating for art since a young age. That passion remained when he bought the Swiss cosmetic brand Valmont and, together with his wife, turned it into the Valmont group. The company motto, «Art Meets Beauty», is more than just words.

COTE MAGAZINE : Votre entreprise produit des cosmétiques de luxe et accueille en même temps une fondation d'art. C'est assez inhabituel...

Didier Guillon : J'ai toujours pensé que la simple vente de produits ne suffisait pas. Ce qui est autour est tout aussi important. Cela va jusqu'au flacon qui contient le produit, l'artisan qui a fabriqué le verre et la ville où le verre a été produit. Nous devons exprimer de l'humanité et des sentiments dans tout ce que nous faisons.

Le fait d'être une entreprise familiale a ses avantages. Nous sommes deux décideurs, ma femme Sophie et moi-même. Nous définissons notre stratégie ensemble. Sophie est responsable du développement des produits. Je crée les émotions qui l'entourent et je m'occupe de notre engagement artistique. Valmont est actif dans le domaine des arts depuis 30 ans.

Comment cela a-t-il commencé ?

Ma famille, mes ancêtres ont travaillé dans le domaine de l'art. Un de mes arrière-grands-pères était un grand marchand d'art émigré de Vienne à Paris au début du 20e siècle. Mes grands-pères étaient sculpteurs, peintres. Je dois ma passion pour l'art à mon père. Quand j'étais enfant, il m'emmenait toujours aux expositions. Et non pas d'art classique, mais d'art contemporain et moderne. Nous n'allions pas au Louvre, mais à une rétrospective de Francis Bacon, par exemple.

Vous êtes entré dans les cosmétiques par le biais du marché de l'art ?

Indirectement. J'ai d'abord travaillé dans l'industrie pharmaceutique.
Lorsque j'ai acheté la division beauté de la clinique Valmont il y a 30 ans, la première chose que nous avons faite a été de créer une brochure intitulée "Quand l'art rencontre la beauté".

Avez-vous replacé vos produits de soin dans le contexte de l'art ?

Oui, je pense qu'il est très judicieux de communiquer de cette façon. Les mannequins ne sont représentatifs que pendant un certain temps, puis il faut les remplacer. Avec l'art, nous pouvons nous différencier des autres marques. L'art ne vieillit pas. Et partout où nous ouvrons un magasin Valmont, il doit y avoir de la place pour l'art. Les objets voyagent ensuite dans nos magasins à travers le monde.

En tant qu'artiste, êtes-vous très actif ?

Je conçois principalement les prototypes pour l'emballage de nos produits et l'intérieur de nos magasins. Bien sûr, nous avons des équipes qui se chargent de la réalisation. Et je fais aussi un peu d'art. C'est un grand plaisir pour moi de mettre sur pied des expositions auxquelles j'invite d'autres artistes.
Mes expositions ont toujours un thème. En ce moment, je suis fasciné par les contes de fées.

Quand prévoyez-vous la prochaine exposition ?

Elle est prête ! Nous attendons juste de pouvoir ouvrir les portes de notre Palazzo à Venise. J'adore Venise et j'ai eu la chance de pouvoir acheter trois étages dans un palazzo. La nouvelle exposition s'appelle "L'amour vénitien".

Avec combien d'artistes travaillez-vous ?

Une dizaine. Parmi eux, on trouve des noms comme Judi Harvest et Quentin Garel. Cela ne marcherait pas avec trop d'artistes ensemble. Mais je trouve passionnantes les synergies qui se créent au sein des groupes d'artistes. Les artistes se stimulent les uns les autres. La pierre angulaire du succès de l'art moderne a été posée à Paris. Picasso, Dalì, Braque, Mirò, tout le monde était là et grâce à leur rencontre, une merveilleuse énergie s'est dégagée. Après la guerre, des Américains et des immigrants d'Europe de l'Est comme Pollock et Rothko sont venus. Les artistes se connaissaient et se soutenaient mutuellement pour survivre. Beaucoup ont vécu dans la misère. Certains de mes amis artistes ne vivent pas du tout dans l'opulence. Je les soutiens par des commandes pour la Fondation Valmont. Notre collection se compose d'environ 350 œuvres d'art.

Vous considérez-vous comme un mécène ?

Le mécénat est une valeur fondamentale de toute entreprise. Un entrepreneur digne de ce nom doit rendre à la société une partie de ce qu'il a gagné. Pour moi, le mécénat a une signification très large. Nous soutenons des hôpitaux vénitiens et aussi des artistes locaux comme le verrier de Murano Aristide Najean.

Avez-vous toujours rêvé d'ouvrir un musée à Venise ?

Je n'aime pas le terme de musée. Je préfère parler d'"exposition". Pour moi, cela implique que les choses sont en mouvement alors qu'un musée est très statique.

Valmont est bien sûr beaucoup plus petit qu'Armani ou Bulgari. C'est pourquoi nous acquérons des petites résidences de qualité que vous pouvez louer. La première est à Verbier, une est en cours de construction au Palazzo Bonvicini à Venise, une autre est déjà terminée sur l'île grecque d'Hydra. J'achète ces maisons pour la famille, pour les artistes afin qu'ils puissent exposer, pour tout le monde. Et parce que vous visitez en même temps Valmont Cosmetics, la direction de l'hébergement prévoit toujours des soins de beauté.

«www.lamaisonvalmont.com

©Francesco Allegretto

Palazzo Bonvicini à Venise en cours de réhabilitation.
CCBY@FONDATIONVALMONT

-/ «Art does Not Age»

INTERVIEW WITH DIDIER GUILLON, PRESIDENT AND ARTISTIC DIRECTOR OF THE VALMONT GROUP

-/ COTE MAGAZINE: Your company produces luxury cosmetics and at the same time hosts an art foundation. That's quite unusual…

Didier Guillon: I always thought that simply selling products was not enough. What's around is just as important. This goes so far as the product bottle, the craftsman who made the glass and the city where the glass has been produced. We have to express humanity and feelings in everything we do.

Being a family company has its perks. We are two decision makers, my wife Sophie and me. We define our strategy together. Sophie's in charge of product development. I create the emotions around it and I take care of our art engagement. Valmont has been active in the arts for 30 years.

How did it start?

My family, my ancestors worked in the field of art. One of my great-grandfathers was a big art dealer who emigrated from Vienna to Paris at the beginning of the 20th century. My grandfathers were sculptors, painters. I owe my passion for art to my father. As a child he always took me to exhibitions. And not to classical but to contemporary and modern art. We didn't go to the Louvre but to a retrospective by Francis Bacon, for instance.

Did you get into cosmetics through the art trade?

Indirectly. I first worked in the pharmaceutical industry. When I bought the beauty division of the Valmont Clinic 30 years ago, the first thing we did was create a booklet called «When Art meets Beauty».

Did you put your skincare products right in the context of art?

Yes, I think it makes a lot of sense to communicate this way. Models only work for a certain time, then you have to replace them. With art, we can differentiate ourselves from other brands. Art doesn't age. And wherever we open a Valmont store, there has to be room for art. The objects then travel to our stores around the world.

How active are you as an artist yourself?

I primarily design the prototypes for the packaging of our products and the interior of our stores. Of course, we have teams that will implement that. And I actually do some art. It gives me great pleasure to set up exhibitions to which I invite other artists.
My exhibitions always have a theme. At the moment, I am fascinated by fairy tales.

When are you planning the next exhibition?

It is ready! We are just waiting to be allowed to open the doors in our Palazzo in Venice. I love Venice and was lucky enough to be able to buy three floors in a palazzo. The new exhibition is called «Venetian Love».

How many artists do you work with?

About ten. Among them are names like Judi Harvest and Quentin Garel. It wouldn't work with too many artists together. But I find the synergies that arise within artist groups exciting. Artists stimulate each other. The cornerstone for the success of modern art was laid in Paris. Picasso, Dalì, Braque, Mirò, everyone was there and thanks to their meeting, a wonderful energy arose. After the war, Americans and immigrants from Eastern Europe such as Pollock and Rothko came. The artists knew each other and supported each other to survive. Many lived in misery. Some of my artist friends aren't wealthy at all. I support them with orders for the Valmont Foundation. Our collection consists of approximately 350 works of art.

Do you see yourself as a patron?

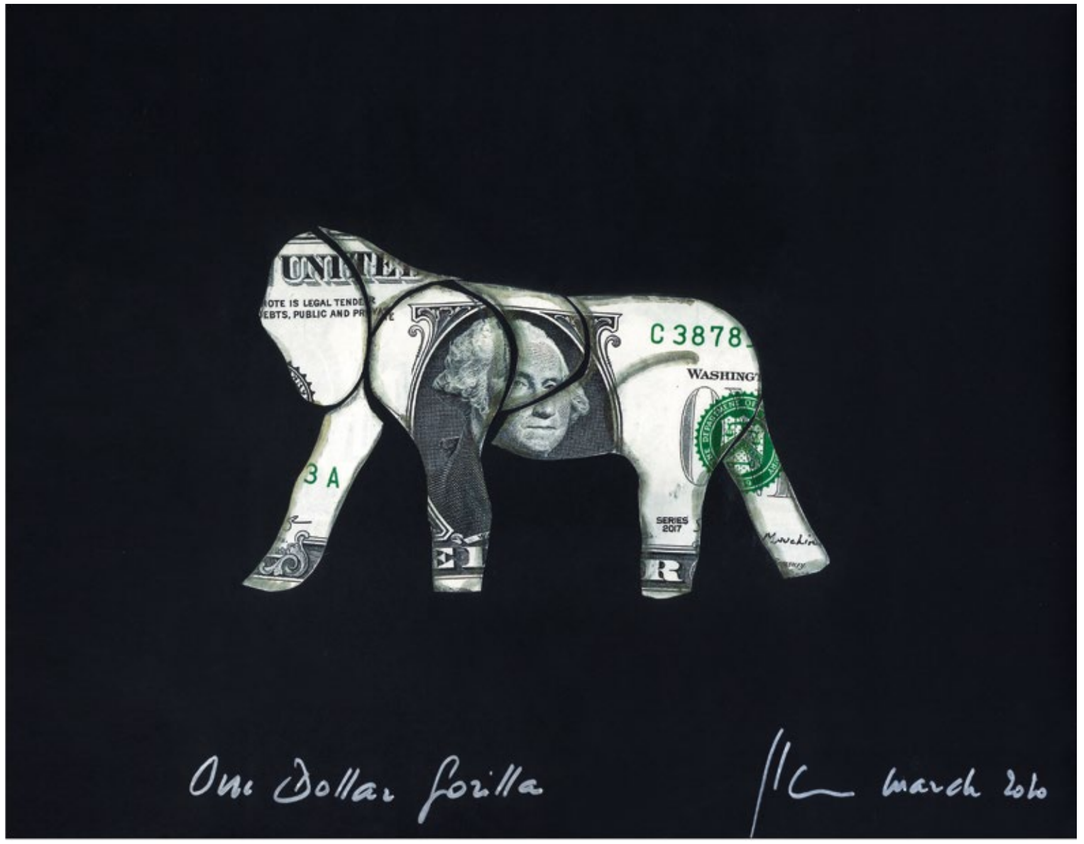
Patronage is a fundamental value of every company. An entrepreneur worthy of the name has to give back something of what he earned to society. Sponsorship has a very broad meaning for me. We support Venetian hospitals and also local artists such as the Murano glass artist Aristide Najean.

Has it always been your dream to open a museum in Venice?

I don't like the term museum. I prefer "exhibition". For me, it means that things are in flux while a museum is very static.
Valmont is of course much smaller than Armani or Bulgari. That is why we make small, fine residences that you can rent. The first is in Verbier, one is being built in the Palazzo Bonvicini in Venice, another is already finished on the Greek island of Hydra. I buy these houses for the family, for the artists so that they can exhibit, for everyone. Because you are visiting Valmont Cosmetics at the same time, hospitality management always provides for beauty care.

«Hirondelles»,2008, Aristide Najean, Lustre en verre de Murano soufflé à six lumières, 130x100x125 cm

"Janus" 2019, Didier Guillon, impression 3D en polyamide, 80x58x59 cm



«One Dollars Gorilla», March-April 2020, Didier Guillon, mix média, peinture, collage, 21x29 cm

«Eloge Amoureux de la Couleur», March-April 2020, (mix-media, painting, collage), 40 x 50 cm
1 piece unique.

«Gorilla Catharsis», 2020, Didier Guillon, mix média, peinture, collage, 21x29 cm 16 pieces.

Par Hervé Borne

TANJA LA **CROIX**

Parmi les femmes suisses les plus célèbres, Tanja La Croix est la nouvelle ambassadrice de Bvlgari. DJ, mannequin, influenceuse et organisatrice d'événements, elle nous raconte son histoire d'amour avec le joaillier romain.

-/ -/ Among the most famous Swiss women, Tanja La Croix is the new Bvlgari ambassador. DJ, model, influencer and event manager, she tells us about her love story with the roman jeweler.

Comment êtes-vous devenu DJ ?
J'ai travaillé comme mannequin pendant près de 15 ans. J'ai fait des tournages, des campagnes et des défilés à Paris, Milan, Athènes, dans toute l'Allemagne et en Suisse. Comme l'industrie de la mode est assez dure, j'ai commencé à chercher un passe-temps pour me donner un certain équilibre et me permettre d'exploiter ma créativité. Je suis fascinée par la musique depuis mon plus jeune âge. J'ai joué du piano pendant presque 7 ans et mon père qui est batteur m'a toujours emmenée à ses concerts. Après mes 18 ans, je suis tombée amoureuse de la house music. J'étais obsédée par la musique, les performances et le divertissement de DJ Antoine. Il m'a donné un coup de pouce pour commencer à mixer. Depuis que j'ai posé mon premier vinyle sur une platine, le mixage est devenu ma passion et une partie très importante de ma vie.

Comment avez-vous rencontré Bvlgari ?
J'ai joué pour un événement Bvlgari à Zurich et ce fut un grand succès. Tout le monde dansait et s'amusait. Ma musique et mon charisme ont immédiatement correspondu au style de Bvlgari.

Connaissiez-vous Bvlgari avant cet événement à Zurich ?
Bien sûr, je suis fascinée par le design et l'histoire de cette maison depuis 20 ans.

Pourquoi avez-vous décidé de faire partie des ambassadeurs de Bvlgari ?
C'est arrivé tout naturellement. En grandissant, j'ai toujours été fascinée par l'esprit et le design de Bvlgari. En tant que jeune femme, je rêvais souvent de porter un jour ma propre bague Bzero1. Cette bague est toujours ma préférée et je la porte avec fierté. "Intemporel mais innovant, fort mais flexible, luxueux mais jamais arrogant. Telle est ma vision du style Bvlgari, mais aussi un de mes principes de vie". Donc, pour toutes ces raisons, faire partie de la famille Bvlgari était une évidence.

Quel est le travail d'ambassadeur de Bvlgari ?
Je représente la marque et ses produits. En tant que célébrité, je peux garantir une bonne exposition dans les médias par le biais d'interviews, de tournages et d'événements sociaux. Je me produis également lors de leurs événements, et à travers ma musique, je transmets de la joie.

Est-il facile de travailler avec Bvlgari ?
Oui, depuis le début, je suis extrêmement heureuse de faire partie de la famille Bvlgari. J'ai rencontré des gens innovants, créatifs, ouverts d'esprit et très passionnés, tout comme moi. Nous partageons la même vision et le même esprit d'équipe.

Quel est votre favori chez Bulgari ?
La collection B.Zero1. Je suis tombée amoureuse de son design intemporel. J'ai acheté ma première bague Bzero1 il y a cinq ans, et depuis je ne l'ai plus jamais quittée. J'ai une petite histoire à vous raconter : Il y a des années, alors que j'étais une petite fille timide de Saint-Gall, j'ai pris ma Fiat Uno pour aller à Zurich. C'était une première, j'étais très impressionnée, par la taille de la ville et ses boutiques de luxe. Je me suis arrêtée à un feu rouge et j'ai vu une jolie femme avec une belle voiture portant cette merveilleuse bague B.Zero1. Je me suis dit : un jour, j'en porterai une. Et aujourd'hui, je suis l'ambassadrice officielle de la marque. Je vous l'ai dit, c'est le destin. Questo è fantastico !

-/ -/ How did you become a DJ ?
I worked as a model for almost 15 years. I did shootings, campaigns and catwalks in Paris, Milan, Athens, allover Germany and Switzerland. As the fashion industry is quite tough, I started looking for a hobby to give me some balance and allow me to exploit my creativity. I have been fascinated by music since a very young age. I have played the piano for almost 7 years and my father who is a drummer always brought me to his concerts.
After I turned 18, I fell in love with house music. I was obsessed by DJ Antoine's music, performance and entertainment. He was the one to give me the push to start mixing. Since the first time I have put the first Vinyl on, mixing has become my passion and a very important part of my life.

How did you meet Bvlgari?
I performed for a Bvlgari event in Zurich and it was a big success. Everyone was dancing and having fun. My music and charism immediately matched with the Bvlgari style.

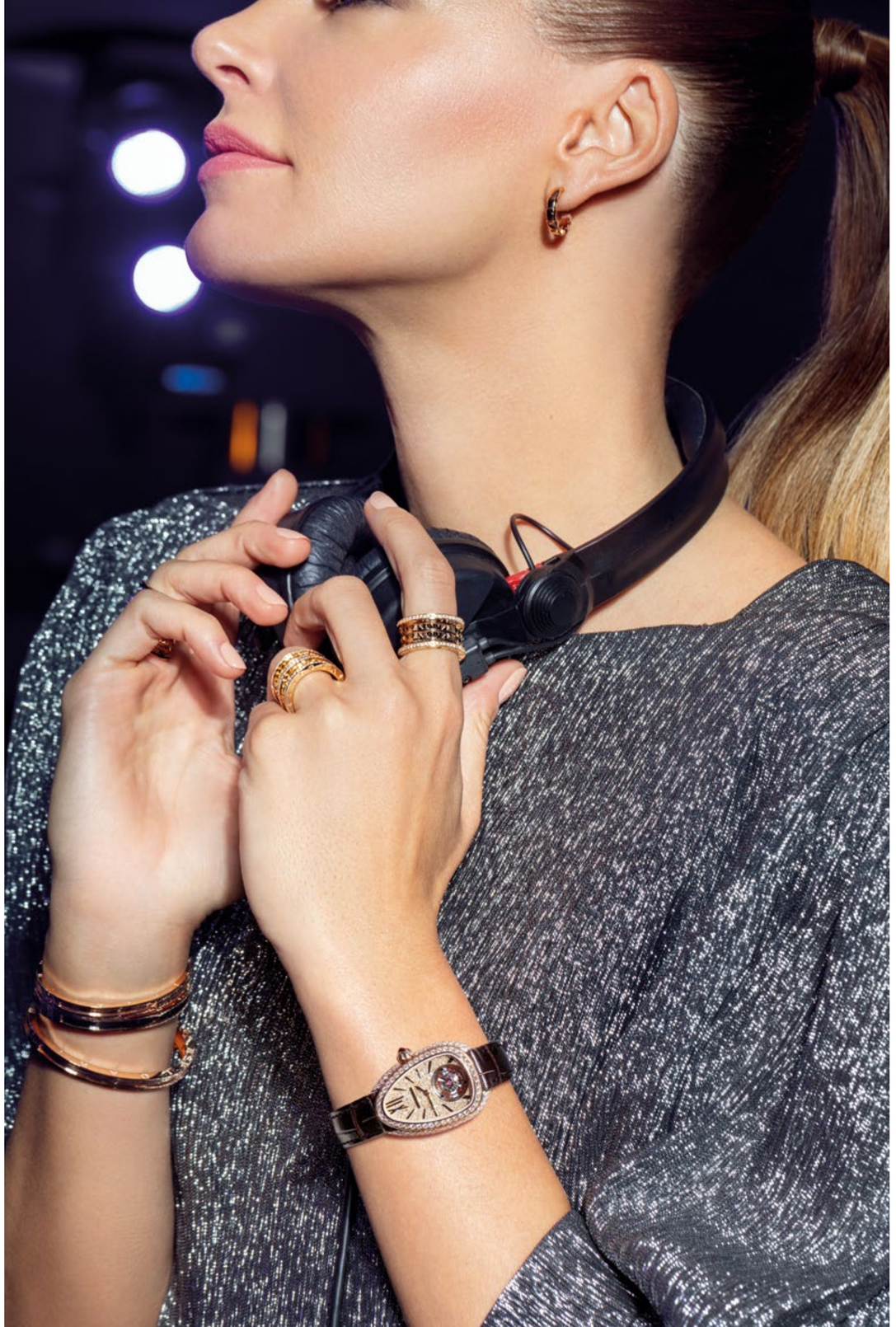
Did you know Bvlgari before this event in Zurich?
Of course. I have been fascinated by its design and history for 20 years.

Why did you make the decision to be part of the Bvlgari ambassadors ?
It happened quite naturally. Growing up, I was always fascinated by the spirit and design of Bvlgari. As a young woman, I often dreamed of wearing my own Bzero1 ring someday. The ring is still my favourite and it I wear it with pride. "Timeless but innovative, strong but flexible, luxurious but never arrogant. These are my vision on Bvlgari but also my principles to live by". So, for all these reasons, being part of the Bvlgari family was meant to be.

What is the job of a Bvlgari ambassador ?
I represent the brand and their products. As a celebrity, I can guarantee a good exposure in the media through interviews, photoshootings and social events. I also perform at their events, and through my music, I transmit joy.

Is it easy to work with Bvlgari?
Since the beginning, it has been an evidence, I'm extremely happy to be part of the Bvlgari family. I met innovative, creative, open minded and very passionate people, just like me. We both share the same vision and team spirit.

What is your Bulgari favorite?
The B.Zero1 collection. I fell in love with its timeless, yet unique design. I bought my first Bzero1 ring five years ago, and since then, I never took it off. I have a little story to tell: Years ago, when I was shy little girl from St. Gall, I took my Fiat Uno to drive to Zürich. It was my first time in the city, and I was impressed by its dimensions and its luxury shops.
I stopped at a red light and saw a pretty woman in a beautiful car wearing this wonderful B.Zero1 ring. I told myself : One day I will own this piece as well. And today I'm the officially ambassador of the Italian luxury brand. I told you, it was meant to be.
Questo è fantastico!



AU-DELÀ DU **FITNESS**

Fimex Distribution AG distribue les équipements fitness et wellness de Technogym et Starpool en Suisse. Dans une industrie du sport en plein essor, l'entreprise défend une philosophie particulière : celle du « wellness on the go ».

-/ Fimex Distribution AG distributes fitness and wellness equipment from Technogym and Starpool in Switzerland. In a booming sports industry, the company upholds a particular philosophy: « Wellness on the go ».

Fondé en 1994, Fimex a été parmi les premiers à parier sur le potentiel des engins de fitness. Si au départ, la société n'a focalisé son attention que sur la distribution de machines pour les salles de sport, elle capitalise depuis quelques années déjà sur les installations à domicile, de plus en plus plébiscitées par les particuliers.

« Bientôt, bike ou tapis-roulant seront présents dans chaque maison, au même titre qu'un frigo, une télévision ou un pc. Les accessoires et machines de sport feront ainsi partie intégrante de la décoration, et ne seront plus relégués à la cave. Grâce à leur design premium, les produits Technogym s'intègrent d'ailleurs déjà parfaitement à nos intérieurs.
Nous pouvons citer en exemple notre gamme Personal Line, conçue par le designer Antonio Citterio, et très appréciée de nos clients. », souligne Andrea Matteucci, CEO de Fimex.

Comme leur nom l'indique, les produits Technogym exploitent le meilleur de la technologie et de l'innovation pour le mettre au service du fitness. « Chez Fimex, nous sommes d'avis que le sport est un véritable lifestyle, que nous exerçons partout. C'est une philosophie qui va bien au-delà de la salle de sport : une vie saine est celle dans laquelle on trouve le bon équilibre, on gère le stress, on prend soin de soi.

Chez Fimex, nous appelons cela le « wellness on the go ». Ces changements dans nos habitudes font que l'industrie du sport est aujourd'hui en pleine mutation. Nous devons anticiper ce genre de tendances, et y répondre efficacement », poursuit-il.

Pour cette raison, la société développe continuellement des innovations, qui rendent le sport sur machine toujours plus ludique et séduisant. Elle a de ce fait intégré le digital à l'ensemble de ses produits, à l'aide d'écrans tactiles et d'applications, avec le récent lancement par exemple de mywellnessapp, une application gratuite. Celle-ci permet de mettre en contact l'utilisateur avec un personal trainer, qui élabore un coaching personnalisé à distance, en fonction de ses objectifs.
Une autre application, myrun, fonctionne avec l'un des best-sellers de la marque, un tapis de course intelligent. Grâce à ce système hyper innovant, l'utilisateur peut bénéficier d'un véritable programme de préparation, mais également de conseils en matière de posture, tout en restant à domicile.

-/ Founded in 1994, Fimex was among the first to bet on the potential of fitness equipment. Although the company initially focused its attention solely on the distribution of machines for sports halls, for some years now it has been capitalizing on home installations, which are increasingly popular among private individuals.

"Soon, bicycles and treadmills will be available in every home, just like a fridge, a television or a PC. *Sports accessories and machines will thus become an integral part of the decoration, and will no longer be relegated to the cellar. Thanks to their premium design, Technogym's products are already perfectly integrated into our interiors.*
One example is our Personal Line range, designed by designer Antonio Citterio, which is very popular among our customers. ", underlines Andrea Matteucci, Fimex's CEO.

As their name suggests, Technogym products exploit the best of technology and innovation to improve the fitness experience. "At Fimex, we believe that sport is a true lifestyle, which we practice everywhere. It's a philosophy that goes far beyond the gym: a healthy life is one in which you find the right balance, manage stress and take care of yourself.

At Fimex, we call this 'wellness on the go'. *As a result of these changes in our habits, the sports industry is currently undergoing major changes. We need to anticipate these kinds of trends and respond effectively", he continues.*

Therefore, the company is continuously developing innovations that make sport on machines more fun and attractive. The company has thus integrated digital technology into all its products, using touch screens and applications, for example with the recent launch of mywellnessapp, a free application.

This allows the user to be put in contact with a personal trainer, who develops a tailor-made coaching program remotely, according to the user's objectives. Another application, myrun, works with one of the brand's best-sellers, an intelligent treadmill. Thanks to this highly innovative system, the user can experience a real preparation programme, as well as posture advice, while staying at home.

Technogym Boutique Zürich
Pelikanstrasse 5, 8001 Zurich
+ 32 387 05 30
www.technogym.ch
info@fimex.ch

ALMA **JODOROWSKY,** AMBASSADRICE CHANEL

COLLECTION DES METIERS D'ART 2019/20 PARIS - 31 RUE CAMBON

Hommage à Gabrielle Chanel -/ Tribute to Gabrielle Chanel

Alma Jodorowsky est une actrice et chanteuse française - *Elle a été photographiée en 2013 par Karl Lagerfeld pour illustrer son ouvrage, The Little Black Jacket, avant de devenir ambassadrice officielle de la Maison CHANEL en 2014. Elle est actuellement le visage du press kit de la collection des Métiers d'art 2019/20 de CHANEL. ©CHANEL*

-/ Alma Jodorowsky is a French actress, fashion model and singer. *She was then selected by Karl Lagerfeld to be photographed in his Chanel exhibition The Little Black Jacket. In 2014, Alma has been named new CHANEL Ambassador. Alma is currently the face of the CHANEL Métiers d'Art 2019/20 collection press kit.*

Quels sont vos 5 looks préférés du défilé des Métiers d'art 2019/20 Paris – 31 rue Cambon et pourquoi ?
Look 34 : J'adore le côté masculin/féminin du costume, il y en a plusieurs dans la collection d'ailleurs. Et j'aime beaucoup la couleur rouge, cela lui donne un côté rock à la Mick Jagger, très seventies.
Look 41 : Le bomber est vraiment cool. Il a un côté décalé entre le vêtement d'inspiration urbaine et les broderies plus précieuses qui soulignent le travail des artisans de la Couture.
Look 49 : Pour le côté disco du jumpsuit à paillettes. J'aime qu'il n'y ait pas de demi-mesure ici. Et c'est très cool qu'il soit associé à la peau lainée qui renvoie encore à l'inspiration seventies que j'adore.
Look 58 : Cette robe est incroyable avec son body combi-pantalon en dentelle. On dirait l'uniforme de Catwoman. La transparence de la robe rend le look terriblement sexy et en même temps, on se sent follement libre grâce au pantalon en dessous.
Look 65 : C'est un look tellement cinématographique. On dirait la robe sortie d'un film avec Rita Hayworth qui rappelle le glamour de l'âge d'or hollywoodien, époque que j'adore.

A quelle occasion vous verriez-vous les porter ?
Le costume (look 34) pourrait se porter de jour avec des chaussures plates et un tee-shirt blanc en dessous. Le 41 et le 49 plutôt pour faire la fête, sur une piste de danse disco. Et les deux robes 58 et 65, sur un tapis rouge.

Qu'aimez-vous dans cette collection, qu'a-t-elle de particulier?
Les collections des Métiers d'art sont celles qui me fascinent le plus depuis le début de ma relation avec CHANEL. De tous les défilés que j'ai eu la chance de voir, il y a une âme particulière qui s'en dégage. J'ai fait la visite des ateliers des Métiers d'art juste avant le défilé, cela m'a permis d'avoir un regard nouveau sur ces artisanats. Entrer dans le détail, se rendre compte des heures passées sur les vêtements et les différents types d'ouvrages sur une pièce, c'est passionnant. Les vêtements sont comme des bijoux, il y a beaucoup de sequins, de plumes. Ce sont des heures et des heures de travail très minutieux, ici associé à des coupes assez fluides, confortables. C'était beau de voir ensuite ces savoir-faire précieux en mouvement au défilé. J'ai été particulièrement marquée par les broderies Lesage. Le travail sur un métier à broder ressemble à un rituel, il faut beaucoup de patience et de minutie. Il y a un côté presque religieux dans la manière dont le rythme se fait. Au point qu'avec le confinement, je me suis mise à broder, un dessin inspiré du film Les Ailes du désir de Wim Wenders, des animaux fantastiques moyenâgeux… Ça m'a donné envie de faire des choses manuelles.

La collection s'appelant Paris – 31 rue Cambon et étant un hommage à Gabrielle Chanel, quelles pièces symbolisent pour vous le mieux Chanel ?
Le look 37, que j'ai porté dans la vidéo que l'on a tournée pour présenter la collection. Il est fort et représente bien Coco Chanel: l'alliance du noir et du beige est emblématique de ses codes. C'est une version contemporaine de choses qu'elle aurait pu faire. L'ensemble associe confort et féminité, entre la jupe crayon et la blouse ample, terriblement chic. On se sent bien, cela donne une allure folle.

Quelle est votre perception de la vision de Virginie Viard ?
Ce qui me plait, c'est qu'elle parvient à livrer une interprétation moderne et contemporaine des codes de CHANEL. Cela se ressent aussi dans son look à elle et son allure, elle a une vibe rock'n'roll, elle aime mixer le masculin et le féminin. Par touches toujours subtiles, cela se mêle de façon organique avec le patrimoine de la maison.
Cette fluidité dans les matières et le mouvement des vêtements revient souvent. J'y suis très sensible.

A quelle héroïne cette collection vous fait-elle penser ?
C'est tellement Coco Chanel, j'ai du mal à voir quelqu'un d'autre, en plus présentée dans le décor de son appartement… Pendant le défilé on sentait son

Look 34

Look 41

fantôme. Il y a aussi un côté photos de l'époque Studio 54, ou comme je vous le disais plus haut, glamour hollywoodien à la Rita Hayworth sur certaines pièces.

Quelle est votre vision du style de CHANEL?
C'est une histoire de contrastes : le confort et l'élégance, le masculin et le féminin. Les vêtements permettent d'être dynamique, c'est ça aussi la féminité, pouvoir bouger dans ses vêtements. Un vêtement peut nous rendre forte, cela reflète la manière dont on a envie de se présenter au monde, et je trouve que c'est le message qui se dégage de l'esprit de CHANEL.

Pouvez-vous me parler de la nouvelle série produite par Netflix Le Serpent, dans laquelle vous jouez aux côtés de Tahar Rahim et Jenna Coleman ?
Le tournage n'est pas terminé à cause de la pandémie du Covid-19, et je n'ai pas le droit d'en dire beaucoup. Mais c'est l'histoire du célèbre tueur en série Charles Sobhraj, qu'on a tournée à Bangkok.

Vous êtes passée derrière la caméra dernièrement pour les clips des artistes Clara Luciani et Corine. Est-ce une autre facette du métier que vous souhaitez continuer à explorer?
Oui. J'ai fait le clip de Sainte-Victoire pour Clara Luciani et celui de Corine pour Corine, totalement dans la vibe du jumpsuit 49 de la collection des Métiers d'art d'ailleurs !
Je viens de réaliser un court-métrage documentaire expérimental sur la photographe Laure Tiberghien et son travail. J'aimerais poursuivre dans cette direction, je travaille sur d'autres projets, encore confidentiels.

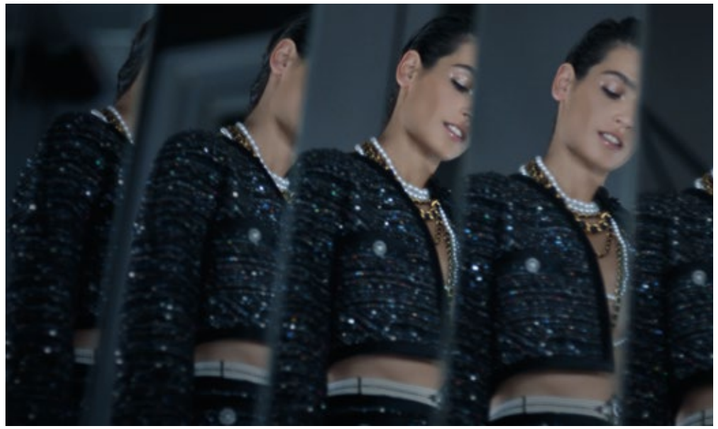
Depuis que le confinement a été décrété, où êtes-vous et avec qui ?
Chez moi, à Paris, dans le 11e, avec mon compagnon et mon chien, un Shiba Inu. On essaie de se relayer pour le sortir, une fois par jour chacun. Lui est ravi : ça lui fait des plus longues balades.

Que faisiez-vous avant le confinement ?
J'étais censée repartir à Bangkok pour ma dernière journée de tournage sur Le Serpent. J'étais à l'aéroport quand la production m'a appelée pour me dire que c'était annulé.
Et je me préparais pour mon prochain tournage en avril en Sardaigne, le premier long-métrage de la réalisatrice polonaise Agnieszka Woszczyńska, mais il a été lui aussi décalé, évidemment.

La quarantaine a-t-elle remis en cause des choses chez vous ?
J'étais dans un cycle très actif, j'avais plein de projets qui me tenaient à cœur et ça a été dur que ça s'arrête brutalement.

Le fait de me retrouver face à moi-même chez moi ne m'est pas étranger, pourtant. Je suis quelqu'un qui peut avoir des phases solitaires donc ça ne me

©CHANEL



fait pas peur. J'essaie de prendre cette période de façon positive, cela me permet de prendre du temps pour moi, pour lire, voir des films, cuisiner, ou comme je vous le disais, me mettre à de nouvelles choses comme la broderie.

Et que vous a-t-elle révélé ?
Moi qui suis angoissée par l'immobilité, je suis surprise de voir que j'arrive finalement à pas mal relativiser et à me déstresser par rapport à la rapidité et à l'efficacité que notre société exige de nous. Je suis heureuse d'avoir réussi à me détendre par rapport à cela.
Le fait d'être dans une souffrance collective, et prendre conscience qu'on est dans une position privilégiée, cela permet de relativiser nos propres angoisses. Le yoga aide aussi, j'en faisais déjà beaucoup avant, mais là, c'est devenu une routine assidue.

Qu'avez-vous découvert de plus beau pendant ce temps suspendu ?
J'ai regardé sur Arte la série de Pialat La Maison des Bois en sept épisodes, c'est magnifique.
Et je pioche sur la Cinétek dans les listes faites par des réalisateurs de leurs films préférés : j'en ai regardé pas mal provenant de celle de Clément Cogitore ou de Céline Sciamma.

Comment voyez-vous le monde et l'industrie de la mode après le Covid-19?
Je souhaite et je pense que cela va changer les consciences humaines. Mais je ne suis pas sûre que ça bouleverse fondamentalement notre société, notre manière de vivre, de consommer, nos politiques.

J'ai lu un entretien passionnant dans Le Monde de deux historiens spécialistes des épidémies. Ils disaient qu'on a toujours l'impression que ça va être une renaissance, mais l'histoire montre que les choses reprennent là où on les a laissées et qu'on oublie assez vite.

-/ What are your 5 favourite looks from the Paris – 31 rue Cambon Métiers d'art 2019/20 collection and why?
Look 34: *I love the masculine/feminine side to a suit, there are several in this collection. And I really like the colour red, it gives it a very 70's rock edge, it's really Mick Jagger.*
Look 41: *The bomber jacket is really cool. There's a clash between an urban-inspired garment and the most precious embroidery that highlights the work of the couture artisans.*
Look 49: *This sequinned jumpsuit for its disco feel. I love that there are no half-measures here. And the fact it's been put with shearling is very cool too, more seventies inspiration which I adore.*
Look 58: *This dress in incredible with its jumpsuit body in lace. It looks like Catwoman's uniform. The transparency of the dress makes the look unbelievably sexy and at the same time, you feel really liberated thanks to the trousers.*
Look 65: *This is such a cinematic look. It's like a dress straight of a Rita Hayworth film, reminiscent of the glamour of Hollywood's golden age, an era I just love.*

When do you see yourself wearing them?
The suit (look 34) could be worn as daywear with flat shoes and a white tee-shirt underneath. Look 41 and 49 would be more to party in, on a dance floor. And the two dresses in looks 58 and 65 would be for the red carpet.

What do you like about this collection, what's special about it?
I've always found the Métiers d'art collections the most fascinating ever since the beginning of my relationship with CHANEL. Of all the shows I've been lucky enough to see, there's a special soul to these ones. I visited the Métiers d'art ateliers just before the runway show, and I have a totally new view of the artisans as a result. Looking at the details, realising the number of hours spent on the clothes and the different types of work on a piece, is so exciting.
The clothes are like jewelry, there's so many sequins

Look 65

and feathers. They represent hours and hours of painstaking work, combined with fluid and comfortable cuts. It's wonderful to then see this precious savoir-faire in motion at the show. I was particularly touched by the Lesage embroideries. The work on a loom is like a ritual, it requires a lot of patience and meticulousness. There's almost a religious aspect to its rhythm. With the lockdown, I've started embroidering. I first made an image inspired by the film Wings of Desire by Wim Wenders, with fantastical medieval animals… It actually made me want to do something manual.

The Paris – 31 rue Cambon collection is a tribute to Gabrielle Chanel, what pieces best symbolize Chanel for you?
Look 37, which I wore in the video that we shot to present the collection. It's a powerful look and really represents Coco Chanel: the combination of black and beige is emblematic of her codes. It's like a contemporary version of things that she would have made herself. The outfit is comfortable and feminine, between the pencil skirt and the voluminous blouse, it's so chic. You feel good, and you look crazily good.

How do you perceive Virginie Viard's vision?
What I like is the way she delivers a modern and contemporary interpretation of the CHANEL codes. It's the same with her own look and allure, she has a rock'n'roll vibe, she likes mixing masculine with feminine.
Subtle touches are mixed in organically with the legacy of the house. This fluidity in terms of materials and the movement of the clothes features a lot. I'm very aware of that.

Which heroine does this collection make you think of?
It's so Coco Chanel, I'm struggling to imagine anyone else, and it was shown in the décor of her apartment… While the show was going on, we could almost feel her presence. There's a Studio 54 edge to it too, and as I said earlier, a Rita Hayworth-style Hollywood glamour with certain pieces.

What is your vision of the CHANEL style?

Look 49

Look 58

It's a story of contrasts: the comfort and elegance, the masculine and feminine. These are clothes that allow you to be dynamic, that's also what femininity is, being able to move in one's clothes. A garment can make us stronger, it reflects the way we want to present ourselves to the world, and I think that is the message that emerges from the spirit of CHANEL.

Can you tell us about the new series produced by Netflix, The Serpent, in which you play alongside Tahar Rahim and Jenna Coleman?
Filming isn't over yet because of the Covid-19 pandemic, and I'm not allowed to talk about it really. But it's the story of the famous serial killer Charles Sobhraj, that happened in Bangkok. I play one of the victims in the last two episodes.
I had to audition in London, it's a project that has been in production for a long time, it's a big machine that took time to set up. I've been loving this experience, it's very cosmopolitan: a large part of the team came from Bangkok, some of the directors are English and Belgian, the actors are English, French, Thai… It's amazing meeting people from different backgrounds.

You recently went behind the camera yourself for music videos for French singers Clara Luciani and Corine. Is this another side of the industry that you'd like to explore?
Yes. I did the music video for Sainte-Victoire for Clara Luciani and Corine for Corine, in the vibe of the look 49 jumpsuit from the Métiers d'art collection in fact! I've just done an experimental short documentary about the photographer Laure Tiberghien and her work. I would like to go further in this direction, I'm working on other projects too, but they're still secret.

Since the start of the confinement, where have you been and who are you with?
At my place in the 11th, with my partner and my dog, a Shiba Inu. We take turns taking him out for walks, once a day each. He is delighted, he gets lots of long walk and the rest of the time lots of cuddles with us.

What were you doing before confinement?
I was about to return to Bangkok for the last day of filming on The Serpent. I was literally at the airport when the production team called to say it had been cancelled. I was getting ready for my next film in April, which was set to be filmed in Sardinia, the first full-length movie by Polish director Agnieszka Woszczyńska, but obviously that's been postponed as well.

Has quarantine challenged anything for you at home?
I was in a very active routine, I had a lot of projects on the go that are really important to me, and it's been hard for everything to stop so suddenly. Being with myself at my house isn't strange though. I'm quite good a long solitary phases, so that doesn't worry me.

I'm trying to approach this period as positively as possible, I can take time for myself, to read, to watch films, to cook, and as I said, to start new things like embroidery. And I really hope that people realise that it's okay to not do too much during this time, our bodies and our energies are stuck with this ordeal, so we must get used to it.

What has it revealed to you?
For someone like me who gets anxious when I'm not on the go, I've been surprised how well I have put things into perspective and how relaxed I am regarding the speed of the world these days. I'm happy to step outside that and to relax for a while.
Being part of a collective suffering and being mindful when we're in a privileged position can help us to put our own anxieties into perspective. Yoga helps and I did a lot of that before, but now it's become a vital routine.

What do you most miss from the outside world?
The people I love : my friends, and my family.

What is the most beautiful thing you have discovered during this suspended time?
I've been watching Pialat's series La Maison des Bois on the Arte channel, it's seven episodes and is magnificent. And I've been going through the lists of director's favour films on Cinétek: I've watched a lot from Clément Cogitore and Céline Sciamma's lists.

How do you see the world and the fashion industry after Covid-19?
I hope and I think it will change human consciousness. But I don't know if it will fundamentally change our society, our way of life, our way of consuming, our politics. I read a fascinating interview in Le Monde newspaper with two historians who specialise in epidemics. They said that we always have the impression it's going to be a complete renaissance, but history shows how in fact things pick up where we left off and also that we forget about it pretty quickly.

www.chanel.com

COTE MAGAZINE

Special VINTAGE

LA FOLIE VINTAGE - **HAPPY** DAYS - DES **ICÔNES** - DÉCO À **L'ÉLYSÉE** - LE TEMPS RETROUVÉ - LA BELLE **ÉPOQUE** - LE MONDE D'**HERMÈS**

The Rolling Stones, 1966, Tour U.S concert.

LE VINTAGE
COMME EXPRESSION DU
POSTMODERNISME

-/ VINTAGE AS AN EXPRESSION OF POST-MODERNISM

LE PHÉNOMÈNE VINTAGE EST-IL UNE SIMPLE MODE ? NON. POUR LE SOCIOLOGUE MICHEL MAFFESOLI, IL EST LA MARQUE D'UN CHANGEMENT SOCIÉTAL PROFOND.

-/ IS THE FASHION FOR VINTAGE JUST A FAD? ACCORDING TO SOCIOLOGIST MICHEL MAFFESOLI IT'S THE SIGN OF A PROFOUND CHANGE IN SOCIETY.

Vintage ! Tel sera le terme qui marquera l'année 2020. Ce dérivé du mot français « vendange », qualifiant autrefois un vin millésimé, est devenu un vrai label désignant une kyrielle de produits (vêtement, mobilier…), fabriqués de l'après-guerre au début des années 80. Pourquoi un tel plébiscite ?

-/ Vintage, the 2020 buzz word! It comes from the French vendange (grape harvest) and initially only meant wine produced in one year, but these days the word is used to describe an endless array of products (clothes, furniture etc) dating from the end of the Second World War to the 1980s. Why are these so popular?

«*Parce que le vintage est l'une des marques de la postmodernité*», explique Michel Maffesoli **(1)**, sociologue, membre de l'Institut universitaire de France et directeur du CEAQ **(2)** à la Sorbonne. « *Depuis les années 70, notre société est entrée dans un changement de cycle. L'ère « moderne », commencée il y a trois siècles avec Descartes, tend à être remplacée par ce que nous appelons la postmodernité.* » Pendant trois cents ans, on nous a ainsi expliqué que, pour évoluer et sortir de la barbarie, une civilisation devait rompre avec son passé et sacrifier certaines valeurs comme l'émotion ou la créativité sur l'autel de la rationalisation et du travail. Mais aujourd'hui, changement de ton. « *Après l'avoir oublié, nous sommes en train de nous rendre compte que la plante humaine a besoin de racines pour croître.* »

Voila qui explique pourquoi, depuis les années 2000, nous assistons au retour d'une notion que l'on croyait définitivement révolue : la tradition. Avec, dans son sillage, l'intérêt pour le local, la communauté, l'artisanat, les produits du terroir, le tribalisme, l'ethnique… Et bien évidemment le phénomène du vintage.

La patine confère une aura presque magique

Bien sûr, l'objectif n'est pas de conjuguer l'« avant-c'était-mieux » à tous les temps, mais de réactualiser le passé pour réinventer et recomposer le quotidien. Mieux, le réenchanter, car consommer du vintage est avant tout d'ordre symbolique. On crée du lien avec les « ancêtres », mais aussi avec une communauté – une tribu – qui partage la même passion et les mêmes valeurs. La patine confère une aura presque magique. C'est un livre ouvert qui raconte des histoires, réelles ou fantasmées, que l'on s'approprie.

Le vêtement de seconde main est passé du statut de fripe à celui de collector. Le meuble usé de celui d'objet de brocante à celui de design du XXe siècle… On chine, on recycle, on customise, on sample, on se singularise… On traque la pièce rare à travers des rituels bien rodés, balade sur la Toile ou vide-greniers dominical, qui transforment la recherche de l'objet rare en quête du Graal.

L'idéologie du neuf et du zéro défaut, portée par une production de masse standardisée, est remise en cause. Les stigmates du temps sont des trophées que l'on expose avec fierté car seule la qualité intrinsèque de l'objet – matériau, fabrication, finition – le permet. Une qualité capable de transformer « l'usure » en « patine ». « Si la dimension quantitativiste était une grande caractéristique de la modernité, le qualitatif est lui l'un des maîtres mots de la postmodernité. Cela s'applique certes aux objets de consommation courante, mais aussi, et surtout, à soi-même. C'est faire de sa vie une œuvre d'art. »

-/ "Because vintage is one of the features of post-modernity," explains Michel Maffesoli(1), sociologist, member of the Institut Universitaire de France and director of the Sorbonne's CEAQ(2). "Since the 1970s our society has started on a new cycle. The "modern" era that began three centuries ago with Descartes is being replaced by what we call post-modernity."

Updating the past

For 300 years we believed that to evolve and leave barbarism behind, a civilisation had to break with its past and sacrifice certain values such as emotion and creativity on the altar of rationalisation and work. But today that's changing. "We're now in the process of realising that the human "plant" needs roots in order to grow, something we used to know but had forgotten." This explains why, since the 2000s, we have been witnessing the comeback of a notion we thought gone for good: tradition. Bringing with it an interest in our immediate environment, the community, craftsmanship, local produce, tribalism, ethnicity and so on.

And, of course, the vintage vogue. Naturally this doesn't mean embracing "the good old days" wholesale, but updating the past so as to reinvent and recompose daily life. Or better still, give it a touch of magic, for buying vintage is essentially a symbolic act that links us with our forebears and also with a community (tribe) that shares our passion and values. A patina confers a quasi-magical aura, like a book recounting stories, real or imagined, that we appropriate.

Seeking signs of past times

Second-hand clothes no longer say "charity shop" but "collectable", used furniture is no longer "bygone", it's "20th-century design". We rummage, we recycle, we customise, we sample, we individualise; we seek out rare items through well honed rituals – surfing the net, Sunday car-boot sales – that transform our hunt into a quest for a holy grail. The ideology of new and faultless promoted by standardised mass production is called into question. The scars left by time are trophies we display with pride since the object's intrinsic quality (material, manufacturing, finish) allows us to; the quality turns "wear" into "patina". "A big feature of modernity was a focus on quantity whereas one of post-modernity's keywords is quality. Applied to ordinary consumer items but also, and more importantly, to oneself. Making one's life a work of art."

(1) *Michel Maffesoli vient de signer la postface d'Esprit Vintage, paru aux éditions Nova.*

(2) *Centre d'étude sur l'actuel et le quotidien*

LE DESIGN ET LA FOLIE **VINTAGE**

-/ DESIGN AND THE VINTAGE CRAZE

CE SONT DEUX MOTS QUE L'ON ENTEND PARTOUT, DEUX MOTS TELLEMENT À LA MODE QUE MÊME SI L'ON N'EST PLUS TRÈS SÛR DE LEUR VÉRITABLE SIGNIFICATION, ON SAIT QU'ILS DÉSIGNENT QUELQUE CHOSE QUE NOUS SOMMES CENSÉS POSSÉDER : LE DESIGN VINTAGE.

-/ VINTAGE DESIGN: TWO WORDS WE'RE HEARING ALL OVER THE PLACE, TWO WORDS SO MODISH THAT EVEN IF YOU'RE NOT SURE WHAT THEY REALLY MEAN YOU KNOW IT'S SOMETHING YOU JUST HAVE TO HAVE.

© Sotheby's - Charlotte Perriand BIBLIOTHÈQUE, VERS 1960 - A WOOD AND LACQUERED ALUMINIUM BOOKCASE, CIRCA 1960

Le design - dont le but premier est de concevoir des systèmes destinés à des usagers grâce à un travail sur des formes, des espaces, des textiles, des matières et bien d'autres - est devenu un argument marketing en soi. Quant au vintage, qui définit à l'origine un grand cru, il s'applique aujourd'hui aux pièces d'exception emblématiques d'une époque allant de l'après-guerre aux années 80.

-/"Design", which is designing useful things by working on form, colour, space, materials etc., has become a marketing ploy in its own right.
As to "vintage", which originally meant a good year's wine, it now means a high-quality article that's emblematic of a period anywhere between the end of World War II and the 1980s.

Plusieurs courants créatifs se mêlent donc sous la bannière du design vintage avec des pièces emblématiques qu'on s'arrache à des prix faramineux… notamment si elles sont labélisées « pièces uniques » ou « éditions limitées » !

C'est surtout le mobilier qui rassemble l'intérêt des collectionneurs et des novices. Pourquoi un tel engouement ? Comme le note la très sérieuse Revue du Design, le passage du "made in" au "designed by" signale un besoin croissant d'affirmer son identité à travers des produits reconnaissables entre tous. La globalisation, la consommation et le marketing de masse induisent une perte de repères qui poussent le consommateur à se différencier comme il peut : les objets qui l'entourent sont un dérivé facile dans ce processus. En s'attachant à l'origine, à la qualité et à la conception d'un produit, on affirme que l'on est aussi unique que les objets qui font notre quotidien.

Conséquence immédiate, le design vintage a depuis une dizaine d'années franchit allègrement les limites des marchés aux puces et autres vide-greniers jusqu'à avoir aujourd'hui pignon sur -belle- rue dans les galeries et prestigieuses salles de vente. Car ce qui était autrefois une démarche un peu bohème pour dénicher du mobilier moins cher et patiné par le temps, est devenu aujourd'hui un véritable business avec ses stars. L'engouement pour les créateurs des années 50s est toujours d'actualité, avec des pièces emblématiques comme la chaise Standard de Jean Prouvé (environ 800 CHF), le mobilier les Arcs de Charlotte Perriand ou le fauteuil Barcelona de Mies van der Rohe (comptez 4000 CHF pour une édition originale). A mesure que la vague du design vintage a pris de l'ampleur, les décennies plus récentes ont profité de cette vogue, les designers des années 70 comme Paulin ou Tallon et des années 80 et 90 comme Sottsass et Starck voyant leur cote grimper en flèche.

C'est aujourd'hui le design scandinave - en particulier celui issu de l'Ecole Danoise des années 50 à 80 - qui a le vent en poupe. Le design épuré, la sobriété et l'élégance des lignes, le luxe des matériaux utilisés (souvent des bois dont les essences sont aujourd'hui protégées) le rend intemporel et fortement désirable. On connaît les pièces emblématiques de ce courant dont les rééditions et copies - une façon de surfer à moindre frais sur la tendance du design

Eero Saarinen, *table "tulipe" and chairs, Knoll.*

vintage - ont envahi les pages des magazines déco, les vitrines des grands magasins et les e-boutiques des sites internet spécialisés : le fauteuil Globe de Aarnio (de 4000 à 6000 CHF), la chaise Fourmi de Hansen, le fauteuil Œuf de Jacobsen (entre 6000 et 8000 CHF pour un exemplaire de la première série), la chaise tulipe de Saarinen (entre 250 et 400 CHF). C'est surtout la période allant de 1950 à 1970 du design venu du froid qui attise toutes les convoitises, avec des pièces fortes comme la chaise Safari de Kaare Klint ou la chaise Round de Hans Wegner (entre 600 et 900 CHF pour un exemplaire de la première série).

Alors, le design vintage, un bon investissement ?
« Attention », modère un habitué des galeries et salles de vente. « Le design vintage, au-delà de la valeur intrinsèque des meubles qu'il rassemble - beaux matériaux, qualité irréprochable -, c'est surtout une mode, comme celle qui a vu les meubles XVIIIème atteindre à une certaine époque des prix très élevés.» Car n'en déplaise à ceux qui veulent en faire un art - avec les prix qui vont avec -, le mobilier design c'est avant tout quelque chose de fonctionnel, qui colle à une époque et à ses besoins… un bon guide d'achat à garder à l'esprit avant de se lancer dans la folie vintage.

-/ So the term covers several creative movements and their characteristic products – objects now selling like hot cakes, at astronomical prices, especially if they're labelled "one-of-a-kind" or "limited edition".

Furniture is especially sought after, by collectors and novices alike. But why so much hype? As the super-serious Revue du Design points out, the shift from "made in" to "designed by" indicates a growing need to assert one's identity through uniquely distinctive products. With globalisation, consumerism and mass marketing people lose their bearings and try to differentiate themselves however they can, including by the objects they have around them. By focusing on a product's origin, quality and design, we make a statement: "I'm as unique as the objects in my daily life". As a result, over the past decade vintage design has outstripped the limits of the flea market and car boot sale to find a place

Hans Wegner, *Hoop chair*

in the poshest shop windows, showrooms and auction rooms. What was once a somewhat bohemian taste for hunting out cheap time-weathered furniture has become a whole business line with its own stars.
The craze for 1950s design is still going strong, with emblematic items like Jean Prouvé's Standard chair going for about 800 Swiss France and Charlotte Perriand's Les Arcs furniture or Mies van der Rohe's Barcelona armchair fetching 4000 Swiss francs for an original edition. As the vintage design vogue picked up steam it encompassed more recent decades, with prices for work by 70s designers like Paulin and Tallon and 80s and 90s stars like Sottsass and Starck hitting the roof.

Now it's Scandinavian design, especially the Danish school of the 50s to 80s, that has the wind in its sails. *Simple design, sober, elegant outlines, luxury materials (often exotic woods that are now banned in order to protect the forests) make this style timeless and ultra covetable. Department store windows, the pages of the home decor magazines and the e-stores of specialist websites have been invaded by copies and new editions of emblematic items from this design movement – so you can join the retro-design trend without breaking the bank. Compared to the SF6000 to 8000 for an original series Egg armchair by Jacobsen and SF4000 to 6000 for Aarnio's Ball armchair, you can find a Saarinen Tulip chair copy for SF250 to 400. The 1950-'70 period of design from the chilly north is especially sought after, with keynote pieces like Kaare Klint's Safari chair and Hans Wegner's Round chair (SF600 to 900 for a chair from the first production batch).*

So is retro-furniture a good investment?
"Take care," warns a frequent visitor to galleries and auction rooms, "Apart from the intrinsic value of an item – fine materials, impeccable quality – vintage design is mainly a fashion, like the one that sent prices for 18th-century furniture through the roof at one time."
Because whatever those who treat it like art (with prices to match) may say, design furniture is functional first and foremost, made for its time and the needs of that time. That's advice worth bearing in mind if you join the gold rush for vintage.

Charlotte Perriand - *stools*

The Lucky Move Color medal then becomes multiple. Worn on a chain, encircled by a line of diamonds and crossed by three mobile diamonds, the flat tint is to be chosen between black, blue, green, white, grey, red or brown. A conundrum resolved by elegant women who choose several shades…
Long live the art of stacking (i.e. accumulation), both fashionable and fun, for the greatest pleasure of women focused on renewal…

HAPPY **DAYS !**

POURQUOI LE DESIGN DES ANNÉES 50/60 REPRÉSENTE-T-IL LE CŒUR DU PHÉNOMÈNE VINTAGE ? RÉPONSE…

-/ WHAT IS IT ABOUT 50S/60S DESIGN THAT MAKES IT THE FOCUS OF THE VINTAGE PHENOMENON ANSWER...

Lapo Elkann's Home in Milan - *Canapé De Sede DS 600.*

Le docteur House s'assoit dans une lounge chair de Charles et Ray Eames. Jean-Luc Delarue recevait les invités de Réunion de famille autour d'une table Jean Prouvé.

Quand un magazine de déco fait sa une ou présente un appartement, qu'y voit-on obligatoirement ? Eames, Prouvé, encore eux, mais aussi Mategot, Guariche, Motte, Caillette… Et que dire de la série Mad Men, véritable phénomène télévisuel, dont l'intrigue vous plonge au cœur du New York des années 60 ? Entre le Petit Palais qui saluait, l'année dernière à Paris, le travail photographique de Charlotte Perriand et les éditions Norma, qui proposent de redécouvrir l'œuvre de Marcel Gascoin à travers un ouvrage de référence, on l'aura compris l'esprit des fifties et des sixties règne aujourd'hui en maître sur notre quotidien.

Tout commence il y a quelques années, où une poignée de galeristes se mettent à promouvoir cette période. Le monde des collectionneurs est séduit avec, comme résultat, l'envolée des cotes. La maison de vente aux enchères Artcurial, par exemple, enregistre ces deux dernières années des records : 529 176 euros pour une bibliothèque en bois plaqué et tôle pliée signée Charlotte Perriand, 72 585 euros pour une potence d'éclairage en tube d'acier conçue par Jean Prouvé, 56 475 euros pour une paire de torchères en métal Serge Mouille.
« Bien sûr, il s'agit ici de pièces exceptionnelles qui ont marqué, de par leur dimension esthétique, leur qualité d'exécution ou leur concept innovant, l'histoire du design », explique Fabien Bonillo, créateur des Puces du design.

1 500 euros pour une chaise Jacobsen premier tirage
Grâce à cette reconnaissance, le style Moderniste ne pouvait que descendre dans la rue et gagner les faveurs d'un public prêt à l'accueillir.
Un grand public désormais sensibilisé à cette période donc, mais aussi en recherche d'une alternative aux brocantes traditionnelles pour sortir d'un univers coincé entre « Ikeasiation » et ultraluxe. Du mobilier aux lignes graphiques, intelligemment conçu, de belle facture, confortable, reflétant une époque où l'on consommait différemment et paré d'une patine au charme inimitable. « Il y a 10 ans, quand j'ai créé les Puces du design, le salon n'était fréquenté que par des spécialistes.
Aujourd'hui, avec 55 000 entrées lors de l'édition 2019, nous constatons que les visiteurs représentent toutes les couches de la population. » Que viennent-ils chercher ? Des icônes avant tout. « Le marché reste animé par les grandes signatures. Cela rassure l'acheteur par rapport à la somme qu'il devra débourser car l'objet ou son éditeur – Knoll, Cassina, Vitra, Herman Miller – est connu et donc reconnu. » À partir de là, le marché se segmente. Par exemple, pour une chaise Série 7 de Jacobsen, le collectionneur cherchera la pièce en premier tirage. Le simple amateur se repliera lui sur une réédition ultérieure.
Pourquoi ? L'une vous en coûtera 1 500 euros. L'autre, à peine 150 ! Quand on sait que ce même modèle est disponible en neuf au prix de 380 euros, on comprend encore plus pourquoi le vintage 50/60 a la cote…

1

1- Table des professeurs
La vente d'une table de Jean Prouvé, une ancienne pièce de réfectoire universitaire, a été adjugée 1,290 million d'euros.
Jean Prouvé

2- Bureau "en forme"
dessiné en 1939 par Charlotte Perriand, adjugé 703 400 euros
Charlotte Perriand

2

-/ Dr House sits in a lounge chair by Charles and Ray Eames; Jean-Luc Delarue received his guests around a Jean Prouvé table. What do you inevitably see on the front cover of an interior design magazine or in a featured apartment?

Eames and Prouvé again, plus Matégot, Guariche, Motte, Caillette, etc. And what about the series Mad Men, a real TV phenomenon, where the plot immerses you in the heart of 60s New York? What with the Petit Palais celebrating the photographic work of Charlotte Perriand last year in Paris and Norma publishers proposing a rediscovery of the work of Marcel Gascoin, you'll realise that the spirit of the Fifties and Sixties is still very much alive in our day-to-day life.
It all began several years ago when a handful of gallery owners began to promote this period. Collectors were seduced and as a result its popularity soared. French auctioneers Artcurial, for example, have recorded some record sale prices over the past two years: 529,176 for a bookcase in veneered wood and bent sheet steel by Charlotte Perriand, 72,585 for a swing-jib lamp in tubular steel designed by Jean Prouvé, 56,475 for a pair of metal torchère lamps by Serge Mouille. "Of course, these are exceptional pieces that have marked the history of design with their aesthetic proportions, quality of execution or innovative design," explains Fabien Bonillo, the man who started Les Puces du Design, next edition in May.

A Jacobsen chair
This recognition has put Modernist style within the reach of the general public, who are more than happy to welcome it. As well as now being very much aware of this period, we are also in search of an alternative to the usual flea markets for escaping a world where you have to choose between Ikea and ultra-expensive design.

Modernist furniture has graphic lines, is intelligently designed, comfortable, with beautiful construction, reflecting a different consumer era and all adorned with a patina of inimitable charm. "Ten years ago, when I started Les Puces du Design, the fair only attracted specialists. Now, with 55,000 visitors to the last one, we can see they come from all walks

3

Joe Colombo

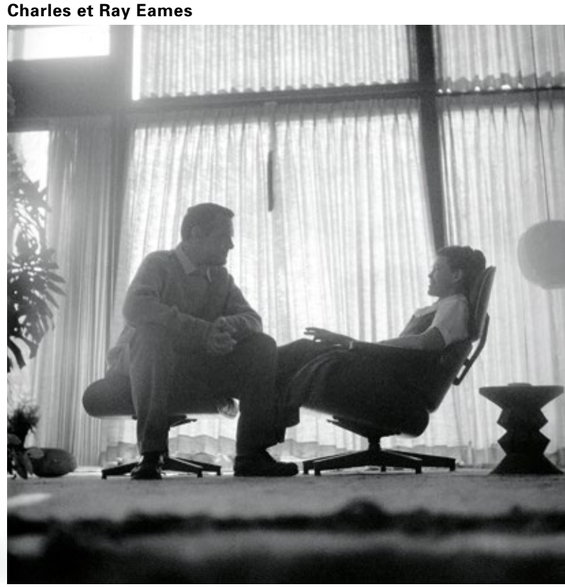
3- Elda Fauteuil
Polyester renforcé de fibre de verre et cuir noir. **Joe Colombo**

4- La Eames Lounge Chair
Le confort et l'élégance à leur apogée. **Charles et Ray Eames Vitra**

of life." Mainly in search of the iconic. "The market is still driven by the big names. They reassure buyers as regards the prices they have to pay because the object or its producer (Knoll, Cassina, Vitra, Herman Miller) is well-known and therefore recognised." From then on, the market
is segmented. For example, for a Series 7 Jacobsen chair, the collector will be looking for a first edition piece, whereas an amateur will be happy with a later edition. The reason being that one will cost 1500 and the other barely 150! When you know that the same model
is available new for 380, you can understand even more why vintage 50s/60s is so popular.

4

Charles et Ray Eames



DES **ICÔNES** AVANT TOUT

-/ MAINLY IN SEARCH OF THE ICONIC.

SIÈGES, LUMINAIRES OU ENCORE TABLES, LES CRÉATIONS EMBLÉMATIQUES DU XXE SIÈCLE FONT DE PLUS EN PLUS L'OBJET DE RÉÉDITION.

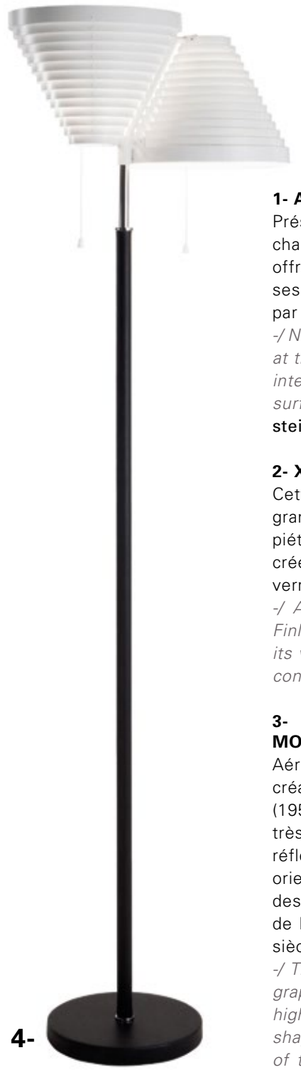
-/ SEATING, LIGHTING, TABLES... THE 20TH CENTURY'S EMBLEMATIC CREATIONS ARE INCREASINGLY BEING PRODUCED ONCE MORE.

1-

2-

3-

4-



5-

1- A6, DESIGN JOSEPH-ANDRÉ MOTTE, STEINER
Présentée au Salon des arts ménagers de 1959, cette chaise, aujourd'hui rééditée pour la première fois, offre deux particularités : son piétement tripode et ses deux coques aux formes arrondies, imbriquées par un système d'encoches.
-/ Now re-issued for the first time, this chair unveiled at the 1959 Salon des Arts Ménagers combines two interesting features: tripod legs and two curved surfaces held firm by interlink- ing notches. www.steiner-paris.com

2- X-FRAME, DESIGN TAPIO WIRKKALA, ARTEK
Cette table sculpturale, signée par l'un des plus grands designers finlandais en 1958, dont le piétement aux lignes organiques et en bois massif crée un contraste surprenant avec le plateau en verre.
-/ A sculptural table designed in 1958 by one of Finland's greatest designers. The organic lines of its wood frame and the glass top create a beautiful contrast. www.artek.fi

3- LAMPADAIRE 3 BRAS, DESIGN SERGE MOUILLE, GIN MOUILLE
Aérienne et graphique, cette création du célèbre designer (1953) n'en reste pas moins très sensuelle avec ses réflecteurs en forme de tétons, orientables sur rotule. L'une des pièces les plus marquantes de l'histoire du design du XXe siècle.
-/ The famous designer's light, graphic 1953 floor lamp is highly sensual with its breast-shaped adjustable shades. One of the most notable creations in the his- tory of 20th-century design.
www.espace-lumiere.fr

4- A810, DESIGN ALVAR AALTO, ARTEK
Avec ses deux diffuseurs à lamelles en acier peint en blanc, pouvant s'allumer indépendamment, ce lampadaire, édité pour la première fois en 1959, permet de moduler l'éclairage à volonté.
-/ First produced in 1959, this floor lamp has two conical white steel shades with separate switches so you can vary the amount of light. www.artek.fi

5- PK64, DESIGN POUL KJAERHOLM, FRITZ HANSEN
Intemporelle et mythique, cette table basse imaginée en 1956 est à l'image de la philosophie de son créateur : tout en simpli- cité et en expressivité.
-/ This iconic, timeless coffee table designed in 1956 states its creator's philosophy: simplicity and expressiveness. www.fritzhansen.com

6- NAGASAKI, DESIGN MATHIEU MATÉGOT, GUBI
Au début des années 50, Matégot invente le Rigitulle, une tôle perforée qu'il façonnera comme du tissu tout au long de sa carrière, pour proposer des créations d'une étonnante originalité, comme le prouve cette chaise, présentée en 1954.
-/ In the early 50s Matégot invented Rigitulle perforated sheet metal. Throughout his long career he fashioned it like fabric into incredibly original creations such as this chair, first produced in 1954. www.gubi.dk

6-

DÉCO À L'ELYSÉE
À CHAQUE PRÉSIDENT, SON STYLE !

-/ DECO & THE ELYSÉE PALACE
TO EACH PRESIDENT, HIS OWN STYLE!

A DEUX PAS DES CHAMPS-ELYSÉES ET DE LA PLACE DE LA CONCORDE, LE N°55 DE LA RUE DU FAUBOURG SAINT-HONORÉ CACHE UN PALAIS QUI A VU DÉFILER L'HISTOIRE DE FRANCE ET DU MONDE DEPUIS TROIS DÉCENNIES.

-/ JUST A STONE'S THROW FROM THE CHAMPS-ELYSÉES AND THE PLACE DE LA CONCORDE, N°55 RUE DU FAUBOURG SAINT-HONORÉ HIDES A PALACE THAT HAS SEEN THE HISTORY OF FRANCE AND THE WORLD UNFOLD OVER THREE DECADES.

Avec son épouse, Claude, le président Georges Pompidou partageait un goût éclairé pour le design.

Pierre Paulin, Yaacov Agam, Pierre Soulages, Jean Dubuffet, Yves Klein, Renzo Piano et Richard Rogers...
Quel est le point commun entre tous ces artistes ?
Georges Pompidou, le président qui aimait l'art contemporain !

-/ Pierre Paulin, Yaacov Agam, Pierre Soulages, Jean Dubuffet, Yves Klein, Renzo Piano and Richard Rogers...

What do all these artists have in common? ***Georges Pompidou,*** *the President who loved contemporary art !*

SHOP-IN-SHOPS **BULLE** / **LA TOUR-DE-TRÊME** • Meubles Kolly • 026 919 34 00 | **FRIBOURG** / **TAFERS** • Meubles Bise • 026 494 55 50 | **GENÈVE** / **CHÊNE BOURG** • Eugène Baud • 022 869 23 23 **GENÈVE** / **PLAN-LES-OUATES** • Schilliger • 022 794 77 47 | **GLAND** • Schilliger • 022 354 44 44 | **LAUSANNE** / **PUIDOUX** • Batiplus • 021 796 60 60 | **MATRAN** • Schilliger • 026 407 33 00 | **PAYERNE** Meubles Kolly • 026 660 66 60 | **PORRENTRUY** • Meubles Nicol • 032 466 21 32 | **SION** / **VETROZ** • Anthamatten • 027 766 40 40 REVENDEURS **BULLE** • Meubles Bise • 026 919 55 00 | **LAUSANNE** / **LUTRY** Jardin Confort • 021 791 36 71 | **ROSSENS** • Mobilis • 026 411 36 76

Un ancien hôtel particulier devenu palais présidentiel par la force des choses. Symbole d'un autre temps, le Palais de l'Elysée n'a guère suscité un amour démesuré chez ses heureux locataires. Chacun vit en lui la trace d'un ancien temps, trop pesant certainement, une sorte de prison dorée à laquelle il est pourtant impossible d'échapper.
Cette sensation commune n'empêcha guère chaque président d'y imprimer son empreinte, voire de faire entrer l'Elysée dans la modernité comme Georges Pompidou le fit dans les années 70.
Retour sur l'histoire d'une adresse pas comme les autres...

-/ A former private mansion that became a presidential palace by the force of circumstance. Symbol of another time, the Elysée Palace has hardly aroused an immoderate love among its happy tenants. Each one of them sees in it the vestiges of an old time, certainly a bit overwhelming, a sort of golden prison from which there is no escape. This common feeling did not prevent each president from leaving his mark on it, or even bringing the Elysée into modernity as Georges Pompidou did in the 1970s. A look back at the history of an address like no other...

Le couple Pompidou, Palais de l'Élysée avec sa porsche 356.

«Je veux faire entrer la modernité à l'Elysée», déclare Georges Pompidou. Grand amateur d'art et de mobilier contemporain, il décore ses appartements privés avec des oeuvres d'artistes tels que Giacometti ou Yves Klein.

-/ "I want to bring modernity to the Elysée," *says Georges Pompidou. A great lover of contemporary art and furniture, he decorates his private apartments with works by artists such as Giacometti and Yves Klein.*

L'aménagement réalisé par Agam pour l'Élysée répond à une commande faite à l'artiste par le chef de l'État en 1971. (Salon Agam), 1972 - 1974. © Jacqueline Hyde - Centre Pompidou.

L'art contemporain

Le président Pompidou est le premier à introduire la modernité dans le palais de l'Elysée. Grand amateur d'art contemporain, il choisit de décorer ses appartements privés avec une sculpture d'Hans Arp et des tableaux de Giacometti, d'Ernst ou de Nicolas de Staël. Il en bouleverse aussi l'aménagement en les meublant avec des pièces commandées au Mobilier National et d'autres de Mies van der Rohe, Saarinen et même une table signée Yves Klein.

-/ Contemporary art

President Pompidou was the first to introduce modernity into the Elysée Palace. A great lover of contemporary art, he chose to decorate his private apartments with a sculpture by Hans Arp and paintings by Giacometti, Ernst and Nicolas de Staël. He also overturned the layout with pieces commissioned from the Mobilier National and others by Mies van der Rohe, Saarinen and even a table by Yves Klein.

Pierre Paulin

Son règne à l'Elysée est indissociable de Pierre Paulin. Ce dernier se voit confier en 1969 par le Mobilier National la commande du président, à savoir l'aménagement des appartements privés du palais. Nous sommes après mai 68, en pleine Trente Glorieuses, Pompidou lui aurait dit : « Les français ont besoin de modernité, je vais leur donner l'exemple avec votre aide ». Dès 1970, il décide de rénover des pièces semi-officielles du rez-de-chaussée et fait appel au designer Pierre Paulin. Ce dernier aménage un salon-bibliothèque, le fumoir et la salle à manger. Le salon Agam, oeuvre cinétique de l'artiste israélien Yaacov Agam, est également installé dans le Palais. Elle est désormais exposée au musée national d'art moderne de Paris.
Malgré tous ces aménagements, le président Pompidou avoue qu'il n'aime pas vivre à l'Elysée : « Je ne suis pas fait pour vivre dans un Palais. Je ne suis tout à fait à l'aise que chez moi, dans un cadre que j'ai choisi ».
Le couple présidentiel réside donc aussi souvent que possible à son domicile de l'Île Saint-Louis.

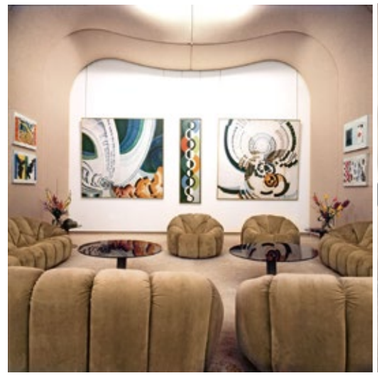
-/ Pierre Paulin

His reign at the Elysée is inseparable from Pierre Paulin. In 1969, he was commissioned by the Mobilier National to furnish the President's private apartments in the Palace. We are after May 68, in the middle of the Glorious Thirties, Pompidou is said to have told him: "The French need modernity, I am going to set an example for them with your help". In 1970, he decided to renovate the semi-official rooms on the ground floor and called on the designer Pierre Paulin. The latter fitted out a lounge-library, the smoking room and the dining room. The Agam lounge, a kinetic work by the Israeli artist Yaacov Agam, was also installed in the Palace. It is now exhibited at the National Museum of Modern Art in Paris. Despite all these improvements, President Pompidou admits that he does not like living at the Elysée: "I'm not cut out to live in a Palace. I'm only completely comfortable at home, in a setting that I've chosen". The presidential couple therefore resides as often as possible at their home on Île Saint-Louis.

Vue de la salle à manger, avec son étonnant plafond en polyester moulé, tiges et billes en verre, aluminium anodisé rose tyrien. La salle à manger est la seule des quatre pièces encore en place au Palais de l'Elysée.

La particularité de cet aménagement est qu'il devait respecter une contrainte majeure : la réversibilité, la possibilité de tout remettre comme avant.

-/ The particularity of this layout is that it had to respect a major constraint: reversibility, the possibility of putting everything back as it was before.



Claude Pompidou avait chamboulé la décoration du Palais de l'Elysée avec des oeuvres de peintres comme Pierre Soulages. L'audace des transformations radicales du salon des Tableaux et de l'aménagement de l'antichambre des appartements privés du Palais en 1974, véritable installation cinétique confiée à l'artiste Agam, fut très critiquée. Le salon Agam est aujourd'hui visible au Centre Georges Pompidou à Paris.

-/ Claude Pompidou had turned the Elysée Palace's decoration upside down with works by painters such as Pierre Soulages. The audacity of the Salon des Tableaux's radical transformations and that of the Palace's private apartments antechamber layout in 1974, a veritable kinetic installation entrusted to the artist Agam, was much criticized. The Agam Salon can now be seen at the Centre Georges Pompidou in Paris.

On savait Pompidou homme de lettres : n'avait-il pas publié en 1961 une Anthologie de la poésie française que l'on trouve encore en livre de poche ?
Sa passion pour l'art moderne sera vraiment connue après sa mort, au fur et à mesure que s'élèvera… le centre Pompidou, Beaubourg.

-/ Pompidou was known as a man of letters: had he not published in 1961 an Anthology of French poetry that is still available as a pocket book?
His passion for modern art was only really known after his death, as the Centre Pompidou, Beaubourg, was built.

LE TEMPS RETROUVÉ

-/ TIME REDISCOVERED

Patek Philippe Geneve Watches. Original Advert 1977.

LES HORLOGERS TROUVENT DANS LEURS TIROIRS D'INÉPUISABLES SOURCES D'INSPIRATION ET LES CLIENTS EN REDEMANDENT. LA MODE DES MONTRES VINTAGE N'EST PAS PRÈS DE S'ESSOUFFLER.

-/ WATCHMAKERS FIND INEXHAUSTIBLE SOURCES OF INSPIRATION IN THEIR DRAWERS, AND CUSTOMERS ASK FOR MORE. THE CRAZE FOR VINTAGE WATCHES IS NOT ABOUT TO GO OUT OF FASHION.

PASHA DE *CARTIER*

INSPIRÉE DU MODÈLE DU GLAOUI DES ANNÉES 30, LA PASHA DE CARTIER EST UNE MONTRE CULTE DEPUIS SA CRÉATION EN COLLECTION EN 1985. UNE MONTRE EXTRAVERTIE À LA SIGNATURE GRAPHIQUE AFFIRMÉE : UN CARRÉ QUI S'INSÈRE DANS UN CERCLE, QUATRE CHIFFRES ARABES SURDIMENSIONNÉS, LA FORCE DES CLOUS DE PARIS QUI DONNENT DU STYLE AU BRACELET ET LA CRÉATIVITÉ DE LA COURONNE ENCHAÎNÉE. AVEC SES CODES FORTS ET SON DESIGN HORS NORMES, LA NOUVELLE MONTRE PASHA DE CARTIER EST FIDÈLE À L'ORIGINELLE MAIS ENCORE PLUS SOPHISTIQUÉE.

-/ INSPIRED BY THE GLAOUI PIECE FROM THE 30', THE PASHA DE CARTIER HAS BEEN A CULT WATCH SINCE ITS CREATION IN 1985. AN EXTROVERT WATCH WITH AN ASSERTIVE GRAPHIC SIGNATURE: A SQUARE INSIDE A CIRCLE, FOUR OVERSIZED ARABIC NUMERALS, THE CLOUS DE PARIS WHICH ACCENTUATE THE BRACELET AND THE CREATIVE CHAINED CROWN. WITH ITS DISTINCTIVE CODES AND EXTRAORDINARY DESIGN, THE NEW PASHA WATCH IS FAITHFUL TO THE ORIGINAL MODEL BUT EVEN MORE SOPHISTICATED.

UNE COURONNE PRÉCIEUSE
La couronne enchaînée est l'un des éléments clé du design de la montre Pasha de Cartier. Dans sa nouvelle version, Cartier dote le remontoir dissimulé sous le cache-couronne cannelé d'un spinelle bleu ou d'un saphir.

UNE MONTRE PERSONNALISABLE
Avec la montre Pasha, Cartier inaugure une nouvelle gravure personnalisable. Réalisée sous forme d'initiales, la gravure figure sous le cache-couronne. Elle n'apparaît que si l'on dévisse la couronne enchaînée.

UN BRACELET PLURIEL
Acier, or, cuir, toutes les versions s'interchangent grâce à une adaptation du système QuickSwitch, développé par Cartier, dont le mécanisme invisible se situe sous la boîte et s'actionne d'une simple pression. Le système SmartLink, qui fait l'objet d'un dépôt de brevet, permet le réglage par soi-même et sans outil de la longueur du bracelet.

COLLECTION
En acier, or jaune ou or rose et diamants, la collection Pasha de Cartier comprend de nombreux modèles, des pièces les plus joaillières aux pièces les plus horlogères.

-/ A PRECIOUS CROWN
In its new version, Cartier equips the winding crown, hidden under the fluted crown cover, with a blue spinel or sapphire.

A WATCH THAT CAN BE PERSONALISED
With the Pasha watch, Cartier is unveiling a new customisable engraving. Carved in the form of initials, the engraving appears under the crown cover. Indeed, it is only revealed when the chained crown is unscrewed.

A MULTI-PURPOSE STRAP
In steel, gold or leather, all versions can be interchanged thanks to an adaptation of the Cartier-developed QuickSwitch system. This invisible mechanism is located under the case and is activated by a single push. The SmartLink system, which has been registered for a patent, allows the bracelet length to be adjusted by the owner without the use of a tool.

COLLECTION
Produced in steel, yellow gold, rose gold and set with diamonds, the Pasha de Cartier collection includes fine jewellery and fine watchmaking creations with skeleton versions.

IL ÉTAIT UNE FOIS LA MONTRE PASHA DE CARTIER

Vintage MADE IN 1930

Alors que sa nouvelle version vient d'être dévoilée, retour sur l'histoire d'une montre jadis créée pour le Pacha de Marrakech, Thami El Glaoui.

Hadj Thami El Mezouari El Glaoui, (né en 1879, mort le 23 janvier 1956), Pacha de Marrakech, surnommé la panthère noire.

Nous sommes en 1931. Riche de ses relations avec la France, en pleine période de protectorat, Thami El Glaoui, Pacha de Marrakech de par la volonté du sultan Moulay Youssef, est dit-on plus riche que le sultan lui-même. Sa fortune est tout simplement colossale, mêlant argent, terres et actions de nombreuses sociétés à travers le pays. Et avec elle, la vie de luxe que mènent dans leurs palais les Glaouis, surnommés alors les ***«seigneurs de l'Atlas»***.

D'ailleurs, dans un article intitulé «Glaoui/Glaoua», paru dans l'Encyclopédie berbère (Numéro 21, 1999), Michael Peyron raconte comment Hubert Lyautey a été «impressionné par la somptuosité du train de vie» des Glaouis. «Ils habitent de vrais palais, où les meubles d'Europe, l'argenterie de luxe, les tables servies à la française, s'étalent dans des décors babyloniens», raconte le Résidant général de la France au Maroc. D'ailleurs, la gloire et la richesse d'El Glaoui étaient liées à ses relations avec Hubert Lyautey.

La montre d'El Glaoui, «ancêtre» de la gamme «The Pasha»
A la recherche d'une montre suffisamment solide pour résister à l'immersion constante dans l'eau lors de ses séances de natation, mais suffisamment élégante pour être utilisée lors de réunions avec des célébrités et des chefs d'État, il s'est tourné vers Cartier pour une solution unique. En réponse, Cartier a créé The Pasha, une montre-bracelet en or pouvant être rendue étanche grâce à un boîtier vissé et à un capuchon sécurisé par une chaîne protégeant la couronne de remontoir et d'une grille de protection.

Mais la montre de Thami El Glaoui, «ornée d'un motif de grille de protection et d'un boîtier en or massif de 18 carats gravé du chiffre 1» va disparaître dès que le Pacha sera évincé du pouvoir dans les années 1950 avec notamment la montée en puissance de la résistance nationale et le déclin du Protectorat.

-/ Once upon a time, the Pasha de Cartier. While its new version has just been unveiled, let's take a look back at the history of a watch that was once created for the Pasha of Marrakech, Thami El Glaoui.

The year is 1931. With his rich relations with France, in the midst of a protectorate, Thami El Glaoui, Pasha of Marrakech by the will of Sultan Moulay Youssef, is said to be richer than the Sultan himself.
His fortune is simply colossal, mixing money, land and shares in numerous companies throughout the country. And with it, the luxury life that the Glaouis, then nicknamed the «Lords of the Atlas», lead in their palaces.

LA NOUVELLE MONTRE PASHA DE CARTIER
Acier, or jaune, or rose et diamants, la collection Pasha de Cartier comprend de nombreux modèles, des pièces les plus joaillières aux pièces les plus horlogères dans leur version squelette.

In an article entitled «Glaoui/Glaoua», published in the Berber Encyclopaedia (Number 21, 1999), Michael Peyron recounts how Hubert Lyautey was «impressed by the sumptuous lifestyle» of the Glaouis. «They live in real palaces, where European furniture, luxury silverware and French-style tables are spread out in Babylonian settings,» says the Resident General of France in Morocco. Moreover, El Glaoui's fame and wealth were linked to his relationship with Hubert Lyautey.

El Glaoui's watch, the « ancestor « of «The Pasha» range.
Looking for a watch strong enough to withstand constant immersion in water during his swimming sessions, but elegant enough to be used in meetings with celebrities and heads of state, he turned to Cartier for a unique solution. In response, Cartier created The Pasha, a gold wristwatch that can be made water-resistant thanks to a screw-down case and a cap secured by a chain protecting the winding crown and a protective grille.

But Thami El Glaoui's watch, «decorated with a protective grid pattern and an 18-carat solid gold case engraved with the number 1», will disappear as soon as the Pasha is ousted from power in the 1950s with the rise of the national resistance and the decline of the Protectorate.

Une montre culte depuis sa création en 1985

Radiomir California en acier, 47 mm, mouvement à remontage manuel, bracelet en cuir.
-/ Radiomir California in steel, 47 mm, hand-wound movement, leather strap.

PANERAI
LA RADIOMIR, UNE RÉFÉRENCE MILITAIRE

La Radiomir, qui s'annonce comme la première montre militaire de plongée, est née en 1938... Mais elle n'obtient véritablement son statut de montre mythique qu'à la fin du XXème siècle, en 1997, lorsque la marque (rachetée par le groupe Richemont) est relancée comme elle le mérite. Dès lors, la Radiomir ne quittera plus la "wish list" des collectionneurs avertis.
-/ The Radiomir, which promises to be the first military diver's watch, was born in 1938... But it only really achieved its status as a mythical watch at the end of the 20th century, in 1997, when the brand (bought by the Richemont group) was relaunched as it deserved. From then on, the Radiomir will never leave the "wish list" of informed collectors.

Oyster Perpétual en acier, 36 mm, mouvement automatique, bracelet en acier.
-/ Oyster Perpetual, steel, 36 mm diameter, automatic movement, steel bracelet.

L'OYSTER DE ROLEX,
LA PREMIÈRE MONTRE DE PLONGÉE

Lorsque Hans Wilsdorf fonde Rolex en 1905, il est frappé par la mutation spectaculaire que connaît la société en ce début de XXème siècle. L'époque est désormais à la montre-bracelet, mais cet objet de grand luxe est encore considéré comme un bijou délicat. C'est la raison pour laquelle il perçoit tout l'intérêt d'un modèle robuste, précis et fiable, adapté à un style de vie plus actif et plus sportif que jamais.
Son idée révolutionnaire fera son chemin, c'est ainsi qu'il crée en 1926 l'Oyster, la première montre-bracelet étanche au monde. Autrement dit, la première montre de plongée de l'histoire de l'horlogerie moderne qui fera ses preuves l'année suivante…
En 1927, Hans Wilsdorf confie une Oyster à la jeune anglaise, Mercedes Gleitze, pour sa traversée de la Manche à la nage. C'est ainsi que l'Oyster reste encore aujourd'hui, près d'un siècle après sa création, la montre Rolex par excellence connue dans le monte entier.
-/ When Hans Wilsdorf founded Rolex in 1905, he was struck by the dramatic changes that the company was undergoing at the beginning of the 20th century. Wristwatches are becoming the standard, but this luxury item is still regarded as a delicate jewel. This is why he saw the value of a robust, precise and reliable model, adapted to a lifestyle that was more active and sporty than ever. His revolutionary idea would make its way, and so in 1926 he created the Oyster, the world's first water-resistant wristwatch. In other words, the first diver's watch in the history of modern watchmaking, which would prove its worth the following year ...
In 1927, Hans Wilsdorf entrusted an Oyster to the young Englishwoman, Mercedes Gleitze, for her swim across the English Channel. Thus, almost a century after its creation, the Oyster is still the world-famous Rolex watch par excellence.

LA REVERSO DE JAEGER-LECOULTRE
LA PREMIÈRE MONTRE DÉDIÉE À UN SPORT PRÉCIS

Elle n'est autre que le premier garde-temps développé pour un sport en particulier. On ne parle plus d'une montre à la fois sportive et chic, mais de l'unique montre réalisée pour jouer au polo. Créée en 1931, elle tient son nom de son boîtier réversible. Boîtier capable en effet de se retourner complètement sur lui-même afin de pouvoir résister à la violence d'un match de polo. Porte-étendard de la manufacture, elle se décline à présent dans de très nombreuses versions, féminines, masculines, simples ou à complications, à remontage manuel ou automatiques…
-/ It's the first timepiece developed for a particular sport. More than chic and sporty, it's the only watch specifically designed for playing polo. Created in 1931, its name refers to its reversible case, which can be swivelled to protect the glass during boisterous polo matches, and for whom the Reverso was originally designed. The manufacturer's standard bearer is now available in a number of versions, masculine, simple or complicated, manual or automatic winding.

Reverso Tribute Duoface Fagliano Limited en acier, 47 x 28, 3 mm, mouvement à remontage manuel, bracelet en alligator. Série limitée à 100 exemplaires.
-/ Reverso Tribute Duoface Fagliano Limited in stainless steel, 47 x 28, 3 mm, hand-wound movement, alligator strap. Limited edition of 100 pieces.

PA 49 en platine, 42 mm, mouvement à remontage manuel, bracelet en alligator.
-/ PA 49 in platinum, 42 mm, hand-wound movement, alligator strap.

Montre d'Aviateur Edition Mercedes-AMG Petronas Motorsport en céramique, 44, 5 mm, mouvement chronographe automatique, bracelet en veau. Série limitée à 50 exemplaires. *-/ Mercedes-AMG Petronas Motorsport Edition Aviator's Watch in ceramic, 44, 5 mm, automatic chronograph movement, calfskin strap. Limited edition of 50 pieces.*

LA PA 49 DE VAN CLEEF & ARPELS
L'ÉLÉGANCE ABSOLUE

Imaginée par Pierre Arpels en 1949, puis commercialisée en 1971, la star de la maison s'appelle PA 49. Raisonnablement repensée en 2012, elle s'offre un profil différent, légèrement biseauté tout en conservant son élégance absolue. Morceau choisi ici avec cette version en platine.
-/ Conceived by Pierre Arpels in 1949, then marketed in 1971, the star of the house is called PA 49. Slightly redesigned in 2012, it offers a different, slightly beveled profile while retaining its absolute elegance. Here's a selected piece in a platinum version.

LA VINTAGE 1945 DE GIRARD-PERREGAUX
UNE RÉINTERPRÉTATION ULTRA-MODERNE

La manufacture suisse enrichit sa collection inspirée par les formes de ses montres de style Art Déco de 1945. Gros plan sur un nouveau modèle ultra-moderne qui se dote des fonctions grande date et phases de lune sur fond de calibre squelette logé dans un boîtier en titane DLC.
-/ The Swiss Manufacture is enriching its collection inspired by the shapes of its Art Deco style watches from 1945. Close-up on a new ultra-modern model equipped with large date and moon-phase functions on a skeleton calibre back, housed in a DLC titanium case.

LA GRANDE MONTRE D'AVIATEUR DE IWC
UN INSTRUMENT PROFESSIONNEL

Si dans les années 40, les montres d'aviateur IWC accompagnaient les pilotes des avions de navigation, aujourd'hui, la collection des grandes montres d'aviateurs fait partie des piliers créatifs de la manufacture. La preuve ici avec ce chronographe qui rend hommage à l'écurie Mercedes-AMG Petronas Motorsport dont le cadran est en fibre de carbone.
-/ In the 1940s IWC's pilot's watches were wlf in the 1940s, IWC aviator's watches accompanied the pilots of navigation aircraft, today, the collection of great aviator's watches is one of the Company's creative mainstays. This chronograph, which pays tribute to the Mercedes-AMG Petronas Motorsport team with its carbon fibre dial, is a case in point.

Vintage 1945 XXL Grande Date et Phase de Lune en titane DLC, 36, 10 x 35, 25 mm, mouvement squelette automatique, bracelet en alligator.
-/ Vintage 1945 XXL Big Date and Moon Phase in DLC titanium, 36, 10 x 35, 25 mm, automatic skeleton movement, alligator strap.

LA [RE]MASTER01

UNE ÉDITION LIMITÉE À 500 EXEMPLAIRES INSPIRÉE D'UN CHRONOGRAPHE AUDEMARS PIGUET DATÉ DE 1943.

-/ A LIMITED EDITION OF 500 COPIES INSPIRED BY AN AUDEMARS PIGUET CHRONOGRAPH DATED 1943.

L'esprit résolument vintage de cette pièce est un superbe héritage de son aïeul, un rare chronographe historique de 1943 qui est d'ailleurs exposé dans les vitrines du musée atelier Audemars Piguet situé au Brassus, berceau de la manufacture.

Réalisé à seulement 307 exemplaires entre 1939 et 1950, il renaît de ses cendres au fil d'une boîte bicolore de 40 mm de diamètre en acier et or rose et d'un cadran champagne à trois compteurs auxiliaires ton sur ton, totalisateurs 30 minutes et 12 heures et petite seconde. Mixant le design des années quarante aux dernières technologies horlogères, la [Re] master01 symbolise la tradition et l'esprit précurseur propres à Audemars Piguet et son savoir-faire horloger.

Nous parlons ici en effet d'un calibre manufacture chronographe avec fonction retour en vol mécanique à remontage automatique. Une merveille à découvrir à travers un fond saphir. Quel spectacle…

-/ The resolutely vintage spirit of this piece is a superb heritage of its ancestor, a rare historic chronograph from 1943 which is on display in the windows of the Audemars Piguet workshop museum located in Le Brassus, the cradle of the manufacture.

Made in only 307 copies between 1939 and 1950, it rose from the ashes over a two-tone 40 mm diameter steel and rose gold box and a champagne dial with three tone-on-tone auxiliary counters, 30-minute and 12 hours totalizers and small second. Mixing design from the forties with the latest watch technologies, the [Re] master01 symbolizes the tradition and the pioneering spirit specific to Audemars Piguet and its watchmaking know-how. We are talking here about a manufacture chronograph caliber with mechanical automatic fly-back function. A wonder to discover through a sapphire crystal. What a treat…

Watches

The Geneva Watch Auction XI
Geneva / 27-28 June 2020

Hotel La Reserve
301 Route de Lausanne
1293 Bellevue

Under the aegis of Me Tristan Reymond,
Huissier Judiciaire

For more information, please contact
watches@phillips.com or visit
phillips.com/watches

Rolex. A highly important 14k yellow gold chronograph wristwatch reference 6241 with Paul Newman John Player Special dial

phillips.com/watches

PHILLIPS
IN ASSOCIATION WITH
BACS & RUSSO

Ex-fan des 60's...

Serpenti Seduttori en acier et or rose, 33 mm, mouvement à quartz, bracelet en acier et or rose. .
-/ Serpenti Seduttori in steel and rose gold, 33 mm, quartz movement, steel and rose gold bracelet.

Monaco Heuer 02 en acier, 39 x 39 mm, mouvement chronographe automatique, bracelet en alligator. *-/ Monaco Heuer 02 in steel, 39 x 39 mm, automatic chronograph movement, alligator strap.*

LA SERPENTI DE BULGARI
LE PLUS BEAU DES SERPENTS

Depuis les années 60, la Serpenti habille les poignets féminins. Cette collection est à l'origine un dérivé du modèle multitour des années 50, la Tubogas, dont le boîtier a été détourné pour s'inspirer de la tête d'un serpent. Cette montre résolument glamour et unique revisite régulièrement avec modernité les créations historiques de la maison. La collection Serpenti Seduttori se porte en toutes circonstances.
-/ Since the 1960s, the Serpenti has been adorning women's wrists. This collection is originally a derivative of the Tubogas, a multi-tour model from the 1950s, whose case has been diverted to take its inspiration from the head of a snake. This resolutely glamorous and unique watch regularly revisits the house's historic creations with modernity. The Serpenti Seduttori collection can be worn in all circumstances.

LA MONACO TAG HEUER
LA PLUS MYTHIQUE DES MONTRES CARRÉES...

Il y a un peu plus de quarante ans, TAG Heuer lançait simultanément à Genève et à New York, l'un de ses futurs best-sellers: le mythique chronographe carré baptisé Monaco.
Une pièce qui entra directement dans la légende lorsque Steve McQueen la porta lors du tournage du film Le Mans.

-/ It was just over 40 years ago that TAG Heuer launched one of its future bestsellers in Geneva and New York: the legendary Monaco square chronograph watch, which became an instant icon when Steve McQueen wore it in the film Le Mans.

LA ROYAL OAK D'AUDEMARS PIGUET,
LA MONTRE SPORT-CHIC PAR EXCELLENCE

Nous sommes en pleine folie des années 70, l'homme moderne travaille, fait du sport, est pris par le temps. De quoi rêve-t-il ? D'une montre aussi à l'aise sur un court de tennis qu'à l'occasion d'un dîner en ville.
Ce sera Audemars Piguet qui ouvrira une brèche dans l'establishment horloger en créant en 1972 la première montre de luxe et sportive reconnaissable par son boîtier octogonal dessiné par le designer star de l'époque, Gérald Genta.
Un garde-temps tout simplement sport-chic, en acier, vendu à prix d'or car animé d'un calibre manufacture.
Le succès est immédiat et fera dès lors la réussite d'Audemars Piguet qui continue à présent de surfer sur la vague du succès, notamment grâce au phénomène Royal Oak. Chaque déclinaison de cette icône est un succès, les modèles anciens sont recherchés par les collectionneurs, les rééditions ne restent qu'un instant dans les vitrines…

-/ We're smack in the middle of the 70s… modern man works, plays sports, and is always on the move. What does he wish for? A watch that you can wear on the tennis court or for a night on the town.
Audemars Piquet broke ranks with the watchmaking establishment 1972, by creating the first luxury sporty watch, recognisable by its Gerald Genta-designed octagonal case. A simple sport-chic timepiece, made of steel but with its manufacture calibre movement, it sold at the price of gold. It was an instant success for Audemars Piguet, who continued to ride the wave of success, driven by the Royal Oak phenomenon. Every variation of this icon is a success, old models are sought by collectors, and reissues last for only a brief moment in the windows….

Nautilus Quantième Annuel, Réf. 5726/1A en acier, 40,5 mm, mouvement automatique avec jour, mois, date, phases de lune et indicateur 24 heures, bracelet en acier. *-/ Nautilus Annual Calendar, Ref. 5726/1A in stainless steel, 40.5 mm, automatic movement with day, month, date, moon phases and 24-hour indicator, stainless steel bracelet.*

Royal Oak Jumbo Extra-plate en acier, 39 mm, mouvement automatique, bracelet en acier.
-/ Royal Oak Jumbo Extra-flat steel, 39 mm diameter, automatic movement, steel bracelet.

LA NAUTILUS DE PATEK PHILIPPE
UN COUSSIN MYTHIQUE

C'est aussi à Gérald Genta, designer star des années 70 qui a signé la Royal Oak, que l'on doit la Nautilus. Une merveille de modernité dont la personnalité réside dans cet unique boîtier de forme dite coussin. Un autre exemple de montre sportive et élégante créée en 1976.
Une grande première pour cette prestigieuse manufacture qui n'avait jamais opéré dans le sport depuis sa création 137 ans auparavant. Volumineuse, en acier, étanche à 120 mètres, elle s'inspire directement du monde du nautisme, passion de Philippe Stern, alors à la direction opérationnelle de Patek Philippe. La Nautilus fait sensation et la manufacture assume, notamment avec des slogans comme : « L'une des montres les plus chères du monde est en acier » ou encore : « Elle se marie aussi bien avec une combinaison de plongée qu'avec un smoking ». Un garde-temps rêvé pour tous les amateurs de belle horlogerie, pour lequel on parle d'une liste d'attente de plusieurs années pour certaines références.

-/ Gerald Genta, star designer of the 70s who also signed the Royal Oak, also brought us the Nautilus, a modern marvel with its unique, form-fitting "cushion" case. Created in 1976, this sporty and elegant watch was the first venture into the sports world since the factory's beginning, 137 years before. This large, steel piece, water-proof at 120 meters, was inspired by the world of sailing, which was a passion for Philippe Stern, then in operational management at Patek Philippe. The Nautilus caused a sensation and the Manufacture came up with assertive slogans such as: "One of the most expensive watches in the world is made of steel" or: "It goes equally well with a diving suit or a tuxedo". A dream timepiece for all lovers of fine watchmaking, but we heard about a several year long waiting list for certain references,.

LA BELLE ÉPOQUE
DU CANOT À MOTEUR

-/ THE GOLDEN AGE OF THE MOTORBOAT

Baby Bootlegger

VESTIGE D'UNE ÉPOQUE MYTHIQUE, LE CANOT À MOTEUR EST AVANT TOUT UN OBJET DE COLLECTION. LES AMOUREUX DE L'ACAJOU, DU VERNI ET DU CHROME SERONT SÉDUITS PAR CETTE BRÈVE RÉTROSPECTIVE. EN 1920, LES PREMIERS MODÈLES ET LES PREMIERS CONSTRUCTEURS APPARAISSAIENT DE L'AUTRE CÔTÉ DE L'ATLANTIQUE : D'ABORD HACKER CRAFT EN 1914, SUIVI DE GAR WOOD EN 1920, PUIS CENTURY ET DODGE EN 1926. DANS LES ANNÉES 60 DE ST-TROPEZ À PORTOFINO, LES PLUS GRANDS S'AFFICHAIENT À BORD DE CE BATEAU À L'ACAJOU INTEMPOREL… LE RIVA. UNE ÉPOQUE OÙ LES HOMMES SUIVAIENT LEUR INSTINCT, CRÉAIENT DES OBJETS MAGNIFIQUES AUX FORMES PURES MAIS SURTOUT ÉTAIENT ENCORE DISPENSÉS D'UNE POLLUTION DE MARKETING. PRESQUE CENT ANS PLUS TARD, CES CRÉATIONS FONT ENCORE RÊVER !

-/ A THROWBACK TO A BYGONE ERA, THE WOODEN MOTORBOAT IS NOW PRIMARILY A COLLECTOR'S ITEM. FANS OF WAINUT, VARNISH AND CHROME WILL LOVE THIS SHORT RETROSPECTIVE. THE FIRST BOAT BUILDERS AND MODELS STARTED APPEARING ACROSS THE ATLANTIC IN THEV EARLY 20 TH CENTURY: FIRST HACKER-CRAFT IN 1974, FOLLOWED BY GAR WOOD IN 1920, AND CENTURY AND DODGE IN 1926. IN THE 1960S THE GLITTERATI COULD BE SEEN ON BOARD THESE TIMELESS WALNUT BOATS FROM ST-TROPEZ TO, PORTOFINO. IT WAS AN ERA WHEN BOAT DESIGNER FOLLOWED THEIR INSTINCTS, CREATING MAGNIFICENT OBJECTS WITH PURE SWEEPING LINES WITHOUT BEING COMPRIMISED BY THE PRESSURES OF MODERN MARKETING. ALMOST A CENTURY ON, THESE BOATS ARE STILL THE STUFF OF DREAMS!

Boesch Boats : l'élégance « swiss made »
Les frères Sachs ou Romy Schneider, pour n'en citer que quelques-uns, possédaient tous un bateau Boesch. 50 ans plus tard, ces embarcations haut de gamme continuent à séduire les célébrités. Mais contrairement aux stars de l'époque, celles d'aujourd'hui préfèrent rester anonymes. Chaque année, Boesch Motorboote AG construit dans son usine de Sihlbrugg, dans le canton de Zurich, entre 15 et 20 unités d'une longueur de 6 à 10 mètres.
Les Boesch Boats sont des raretés conçues pour durer dont la valeur reste stable. Le chantier de tradition du lac de Zurich n'a pas besoin de se faire remarquer en lançant des nouveautés à tour de bras. Le dernier modèle en date est le Sunski 625, mis à l'eau en 2013. Sa coque est basée sur celle du Boesch 620, mais avec une marche pratique à la poupe et une plate-forme de bain plus spacieuse. Il convient ainsi aussi bien aux activités sportives, qu'aux jeunes familles avec enfant.

Cette année, la société Boesch fêtera son 100ème anniversaire. Markus Boesch ne sait pas encore si le chantier commercialisera un nouveau modèle à l'occasion du centenaire. Mais une chose est sûre, les festivités autour de cet anniversaire auront la part belle », conclut-il.

-/ Boesch Boats: Swiss-made elegance

The Sachs brothers or Romy Schneider, to name but a few, all owned a Boesch boat. 50 years later, these top-of-the-range boats continue to attract celebrities. But unlike the stars of the time, today's celebrities prefer to remain anonymous. Every year, Boesch Motorboote AG builds between 15 and 20 units measuring between 6 and 10 metres in length at its factory in Sihlbrugg in the canton of Zurich.

boesch.swiss

Boesch Boats are rarities designed to last and whose value remains stable. The traditional boatyard on Lake Zurich does not need to make a name for itself by launching new products at a moment's notice. The latest model is the Sunski 625, which was launched in 2013. Its hull is based on that of the Boesch 620, but with a practical stern step and a more spacious bathing platform. It is therefore suitable for sports activities as well as for young families with children.

This year, the Boesch company will celebrate its 100th anniversary. Markus Boesch does not yet know whether the shipyard will bring a new model to market on the occasion of the centenary. But one thing is certain: the anniversary celebrations will be a highlight," he says.

Baby Bootlegger, la Bentley des 20'
Construit en 1924 par George Crouch, architecte naval nord-américain de renommée, le Baby Bootlegger entièrement vêtu d'acajou est considéré comme l'un des plus beaux runabouts (canot de course à moteur) de l'époque. Ce speed boat en V aux lignes spectaculaires a été inspiré d'un flotteur d'hydravion tiré directement du génie de son constructeur. Son esthétique et ses performances lui ont valu un vif succès puisque ce petit bolide des mers a remporté la Gold Cup – course mythique dans les années 20 – face à des constructeurs concurrents de taille, tels que Chris-Craft, Hacker ou encore Gar Wood.

-/ Built in 1924 by renowned American naval architect George Crouch, the mahogany Baby Bootlegger motorboat is considered to be one of the most beautiful runabouts of its era. The boat-building genius took inspiration tram a seaplane lloat for the spectacular V-shaped speedboat. Its stunning good looks were matched by its startling speed, which won it the legendary 1920s Gold Cup race in the face of stiff competition tram big-name boat builders such as Chris-Craft, Hacker and Gar Wood.

Riva
Symbole de luxe et de raffinement, inspirés des bateaux de course en bois tel que le légendaire Ferrari Arno XI, dans la lignée des frères Maserati, Henri Royce, Enzo Ferrari ou Ettore Bugatti..., Carlo Riva a fondé le mythe du luxe des bateaux de plaisance. Objets de convoitise des grandes fortunes, têtes couronnées et stars de cinéma des années 1960, il est parfois qualifié de « Rolls-Royce de la mer » ou de « Ferrari des mers ». Après la Seconde Guerre mondiale, le couple princier monégasque consent à ce qu'il fasse de Monaco sa base commerciale ; il lui permet d'aménager une galerie de 100 mètres de long et 12 de hauteur dans l'épaisseur du rocher.. Le modèle Aquarama de 1962 est prisé par les vedettes, comme Brigitte Bardot, Alain Delon, Peter Sellers, Aristote Onassis, Sophia Loren, Giovanni Agnelli ou encore John F. Kennedy...

-/ Symbol of luxury and refinement, also inspired by wooden racing boats such as the legendary Ferrari Arno XI, in the lineage of the Maserati brothers, Henri Royce, Enzo Ferrari or Ettore Bugatti..., Carlo Riva founded a myth of luxury pleasure boats.Objects of covetousness of the great fortunes, crowned heads and movie stars of the 1960s, he is sometimes described as "Rolls-Royce of the sea" or "Ferrari of the seas".
After the Second World War, the Monegasque princely couple consented to make Monaco their commercial base; it allowed them to build a gallery 100 metres long and 12 metres high in the thickness of the rock . The 1962 Aquarama model was popular with stars such as Brigitte Bardot, Alain Delon, Peter Sellers, Aristotle Onassis, Sophia Loren, Giovanni Agnelli and John F. Kennedy...

LUNETTES **RÉTRO**

TERMINÉ LE TEMPS OÙ LES LUNETTES CHERCHAIENT À SE FAIRE OUBLIER ! L'ACCESSOIRE S'AFFICHE EN VERSION VINTAGE, ENTRE NOUVEAUTÉS « RÉTROFUTURISTES » ET MODÈLES ICONIQUES...

-/ GONE ARE THE DAYS WHEN GLASSES TRIED NOT TO BE NOTICED! DESIGNERS ARE COMING UP WITH VINTAGE-INSPIRED FRAMES EITHER RETRO-FUTURISTIC OR REPRISING ICONIC MODELS.

Si les lunettes papillons de votre grand-mère vous faisaient rougir de honte, aujourd'hui les choses ont changé. Mamie est devenue tendance !

Submergé par la vague rétro, le monde de l'optique signe des créations aux formes évasées façon pin-up, de petites montures rondes hippies et des structures massives très seventies. Pour certains, faire du vintage est une question d'héritage.
Des marques comme Ray Ban, Persol ou Oliver Peoples n'ont qu'à puiser dans leurs archives pour combler les rétromaniaques. Et elles ne s'en privent pas. Oliver Peoples est le maître du vintage depuis près de trente ans, Emmanuelle Khanh réédite, en édition limitée, l'un de ses classiques : la fameuse 8080 « Sourcil ». Le chic à l'état brut.

Montures rétrofuturistes
Loin de bouder ce phénomène, les jeunes designers lui donnent de l'ampleur. Dans ce domaine, la marque la plus impertinente, c'est Andy Wolf. Fondée en 2006, par deux amis, cette entreprise combine tradition et avant-garde, avec humour et élégance. « Je m'inspire des années 60 et 70, car ces années représentent l'âge d'or du style et de l'élégance », résume la fondatrice et styliste Katharina Plattner.
Résultat, les différentes créations s'intitulent Columbo, Mike Hammer ou encore Miss Marple. Coup de cœur pour la ligne Emma Peel, aux montures surdimensionnées et colorées. Côté Frenchy, le maître du genre est Thierry Lasry. Depuis 2006, sa marque éponyme est une usine à best-sellers. Il qualifie son style de « futuristic vintage».L'idée ? Transformer l'esthétique des années 80 en créations rock et contemporaines. Tout est réalisé à la main dans l'Hexagone et composé d'acétate, la matière « old school chic » par excellence.

1.

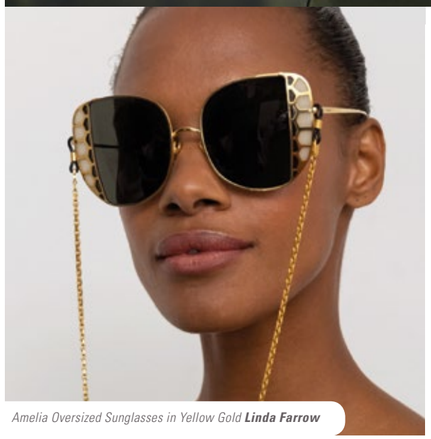
2.

3.

4.

5.

L'optique en héritage
Outre-Manche, chez Linda Farrow les lunettes se fabriquent de mère en fils. L'histoire de cette marque fait partie des légendes de la mode. Créatrice britannique culte des années 70, Linda Farrow arrête sa carrière dans les années 80 pour s'occuper de ses enfants. Après sa mort, son fils Simon Jablon met la main sur des milliers d'anciennes créations, stockées dans la demeure familiale. En 2002, avec sa petite amie, Tracy Sedino, il décide de les réinterpréter. Résultat ? La marque Linda Farrow Vintage voit le jour. Et son succès devient planétaire.
Aujourd'hui, le couple multiplie les collaborations avec le monde de la mode. Autre reprise mythique, celle de la marque Oliver Goldsmith par la petite-fille du fondateur. C'est sur la base des dessins de son grand-père que Claire a relancé l'entreprise familiale, avant de signer ses propres modèles. Les montures vintage ont plus que jamais de l'avenir.


Amelia Oversized Sunglasses in Yellow Gold **Linda Farrow**

7.

6.

-/ Did your Granny's batwing specs make you blush with embarrassment? Well today they're trendy! Swept up in the retro wave, the optical world is producing pin-up butterfly frames, little round hippy ones and chunky 70s models. *For some companies, doing vintage is all about heritage: Ray Ban, Persol and Oliver Peoples, for example, only have to dip into their archives – and they don't hesitate to do just that. Oliver Peoples is the master of vintage for 30-odd years, Emmanuelle Khanh is reissuing one of its classics, the famed 8080 Sourcil, in a limited edition.*

Retro-futuristic frames
Far from decrying this vogue, young designers are taking it further. The most impertinent make here is Andy Wolf, founded in 2006 by two friends, which combines tradition and avant-garde. "I take my inspiration from the 60s and 70s, because that was the golden age of style and elegance," sums up brand founder and designer Katharina Plattner. The models are named Columbo, Mike Hammer, Miss Marple and so on; we particularly like the Emma Peel line with its huge colourful frames. France's master of this genre is Thierry Lasry, whose eponymous brand has been churning out best-sellers since 2006. He describes his style as "futuristic vintage", meaning he turns 80s aesthetics into hip contemporary creations. All his frames are hand-made in France, in acetate, the "old school" material par excellence.

Opical inheritances
Across the Channel, Linda Farrow has been making frames from mother to son. A cult British designer of the 70s, Linda Farrow gave up her career in the 80s to look after her children. After her death, her son, Simon Jablon, came across thousands of her designs in the family home and in 2002 he and his girlfriend, Tracy Sedino, decided to reinterpret them. The Linda Farrow Vintage brand came into being and has met with worldwide success, today working increasingly with the fashion world. Another iconic revival is that of Oliver Goldsmith by the founder's granddaughter, Claire, who relaunched the family firm by using her grandfather's designs then went on to produce her own models. Vintage frames definitely have the future firmly in their sights.

Lunette Papillon

1. Emmanuelle Khanh
Lunettes de soleil carrées en acétate

2. Casson **- Oliver Peoples**
Fabriquées au Japon, en titane et inspirée de la mode des années 80. Les nuances d'acétate classiques et à motifs mettent en valeur la forme du verre légèrement arrondie et les composants métalliques sont enrichis de minutieux détails avec un motif en filigrane.

3. Wow (1967) **- Oliver Goldsmith**
Limited edition.

4. The 1920's **- Oliver Goldsmith**
Classic driving glasses

5. Aviator Classic **- Ray-Ban**

6. Barbie X Thierry Lasry - "GLAMY" **- Thierry Lasry**
La marque française de lunettes Thierry Lasry a collaboré avec la plus fashion des poupées Mattel à l'occasion du soixantième anniversaire de cette dernière.

7. Leidy **- Oliver Peoples**
S'inspirant du glamour hollywoodien des années 70, les lunettes de soleil Leidy proposent une monture ultra-féminine. Les verres oversize ont une forme légèrement arrondie pour un look extrême.

LE MONDE D'HERMÈS
DEUX SACS ICONIQUES

-/ LE MONDE D'HERMÈS, TWO ICONIC BAGS

SI L'ON DEVAIT CHOISIR UN SEUL ET UNIQUE SAC, CE SERAIT SANS DOUTE LE .... D'HERMÈS. RETOUR SUR LA LÉGENDE DE DEUX OBJETS ICONIQUES ET EMBLÉMATIQUES DU LUXE À LA FRANÇAISE.

-/ IF WE HAD TO CHOOSE ONE BAG, IT WOULD PROBABLY BE HERMÈS'S ... HERE'S A LOOK BACK ON THE LEGEND OF TWO ICONIC OBJECTS, TWO SYMBOLS OF FRENCH LUXURY.

Le sac Haut à courroie d'Hermès se verra renommé, quelques années plus tard par la maison, le "Kelly". Cet intemporel, Grace Kelly l'a tout de suite adopté en 1954 sur le tournage de La Main au collet lorsqu'elle découvre avec sa couturière Edith Head ce sac exposé en vitrine. Un fidèle compagnon devenu signature qui lui permettra notamment de cacher sa grossesse des paparazzis.

Que ce soit avec une célébrité ou leurs anonymes propriétaires, chacun de ces sacs a une histoire. Focus sur deux d'entre eux, aussi mythiques que désirables.
-/ Whether it be through a celebrity or their anonymous owners, each one of these bags has a story to tell. Let's have a closer look at two of them, as mythical as they are appealing.

LE KELLY

1930

Un siècle après les débuts de la maison Hermès en tant que sellier-harnacheur, Robert Dumas crée un petit sac de dame à courroies. Une forme en trapèze, deux soufflets triangulaires, un rabat à découpe, une poignée, et du volume. Rien de décoratif, juste un sac net, sobre et fonctionnel pour la femme active et indépendante. Le sac à courroies pour dame vit sa vie de sac Hermès : désirable et anonyme. Il ne lui manque qu'un nom de baptême...
-/ A century after the beginnings of the House of Hermès as a saddler-harness-maker, Robert Dumas creates a small ladies' handbag with straps. A trapezoid shape, two triangular gussets, a cut-out flap, a handle, and volume. Nothing decorative, just a clean, sober and functional bag for the active and independent woman. The ladies' shoulder bag lives its life as a Hermès bag: desirable and anonymous. All it lacks is a baptismal name...

1937

Le sac est cousu à l'envers et retourné comme un gant. Un assouplissement qui ne modifie pas les fondamentaux de sa fabrication : trente-six pièces de cuir assemblées par un artisan amoureux du beau et bon geste, six cent quatre-vingts points à la main, seize petits clous, un cadenas, un touret et une fée clochette. Depuis, le Kelly retourné cohabite avec le Kelly sellier. Pourquoi choisir ?
-/ The bag is sewn inside out and turned inside out like a glove. A softening that does not alter the fundamentals of its manufacture: thirty-six pieces of leather assembled by a craftsman in love with the beautiful and good gesture, six hundred and eighty handmade stitches, sixteen small nails, a padlock, a reel and a fairy bell. Since then, the Kelly retourne cohabits with the Kelly sellier. Why choose?

1956

Quelle histoire ! Grace Kelly, la star d'Hollywood devenue princesse, pose sur son ventre son sac Hermès à courroies pour dissimuler les premières rondeurs de sa grossesse. La photo fait le tour du monde, le sac est instantanément couronné. **Le Kelly est né !**
-/ What a story ! Grace Kelly, the Hollywood star who became a princess, hides her belly with her strapped Hermès bag to conceal the first signs of her pregnancy. The photo travels around the world and the bag is instantly crowned. The Kelly is born !

DEPUIS 1987

Symbole de la rareté, le Kelly suscite mille détournements: en bois, en métal argenté, en organdi, en chocolat, en paille, soie ou grillage, par Leïla Menchari, la fabuleuse décoratrice des vitrines du Faubourg (décédée le 04 avril 2020), et même en pain, la croûte dorée comme un cuir patiné… Les commandes spéciales déchaînent la créativité des ateliers : clouté comme un fakir, épinglé comme un punk, en plumes, peluche, jean ou vison rasé, le Kelly chahute son propre mythe.

-/ A symbol of rarity, the Kelly is the subject of a thousand diversions: in wood, silvery metal, organza, chocolate, straw, silk or wire mesh, by Leïla Menchari, the decorator of the Faubourg's shop windows, and even in bread, with its golden crust like a patinated leather... Special orders unleash the workshops' creativity: studded like a fakir, pinned like a punk, in feathers, plush, jeans or shaved mink, the Kelly shakes up its own myth.

2000

Jean-Louis Dumas, PDG d'Hermès, est le Président du Dessin Gracieux. Il vit crayon à la main, toujours entre fantaisie et malice. Un de ses dessins de personnage assis sur son fondement donne naissance au ***Kellydoll*** (« quelle idole »), sac anthropomorphique et souriant. Lequel devient une idole et un fétiche kawaï au Japon. Arigato Jean-Louis !

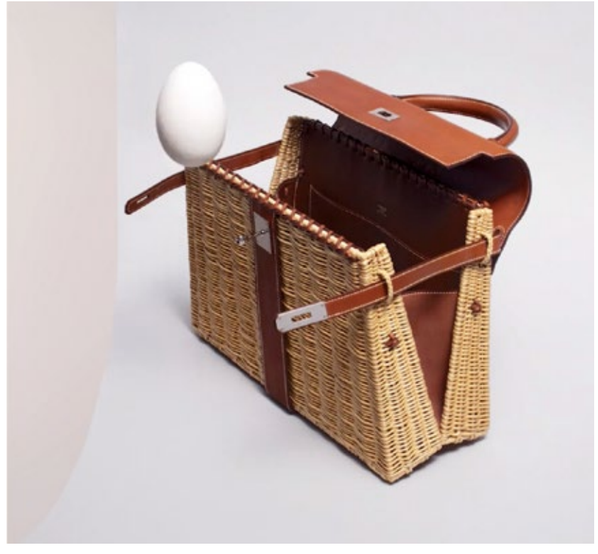
-/ Jean-Louis Dumas, CEO of Hermès, is the President of Dessin Gracieux: he lives with a pencil in his hand, always between fantasy and mischief. One of his drawings of a character sitting on its bottom gives birth to the ***Kellydoll*** *("what an idol"), an anthropomorphic and smiling bag. Which becomes an idol and a kawaii fetish in Japan. Arigato Jean-Louis!*

2011

Œufs coques et coque en osier : à l'origine du ***Kelly picnic***, une irrésistible envie de déjeuners champêtres. Les savoir-faire de vannerie et de sellier-maroquinier sont là : le brin d'osier est conservé entier, le Barénia est fixé sur l'osier tressé par un système de laçages et de nœuds. Chic et charmant, le ***Kelly picnic*** adresse un clin d'œil à son cousin le panier d'osier… de Jane Birkin…

-/ Hulled eggs and wicker shells: at the origin of the Kelly picnic, an irresistible craving for country lunches. The know-how in basketry and saddle-making is there: the wicker strand is kept whole, the Barenia is fixed to the wicker weave by a system of lacings and knots. Chic and charming, the Kelly picnic is a nod to its cousin, Jane Birkin's wicker basket...

Hermès CK80 Gris Pearl Matt Crocodile Kelly Doll Bag16CM Silver Hardware



HERMÈS,
LE CLASSIQUE INDÉMODABLE

LE BIRKIN

1984

Rencontre à dix mille mètres d'altitude entre Jean-Louis Dumas et l'actrice anglaise. La jeune mère de famille regrette de ne pas trouver de cabas adapté aux biberons de sa fille, Lou. Empathique et astucieux, monsieur Dumas lui dessine aussitôt un fourre-tout souple et profond. Avec ses signes distinctifs : la cale astiquée, un touret et, bien sûr, la couture sellier. Naissance d'une légende.

-/ Jean-Louis Dumas meets the English actress at an altitude of 10,000 meters. The young mother regrets not being able to find a tote bag to carry her daughter Lou's bottles. Empathetic and clever, Mr. Dumas immediately draws a soft and deep tote bag for her. With its distinctive features: the polished hold, a reel and, of course, the saddle stitching. A legend is born.

1990

Le Birkin est devenu en une dizaine d'années un immense succès dans le monde entier.
On emporte sa maison dans ses 40 cm de large, on porte le Birkin rabat à l'intérieur, on empoigne hardiment ses deux poignées. Le voici en cuir de vache, d'autruche ou de veau et en deux nouvelles dimensions, en 30 et 35 cm, puis, plus tard, en 25 cm. Le Birkin varie. Sans jamais changer.

-/The Birkin has become a huge success worldwide in just over a decade. People pack their house in its 40 cm width, carry the Birkin with the flap inside, boldly grasp its two handles. Here it is made of cow, ostrich or calf leather and in two new sizes, 30 and 35 cm, then later in 25 cm. The Birkin varies. Without ever changing.

LE PASSÉ **RECOMPOSÉ**

-/ A PERFUME OF TIMES PAST

LE TEMPS PASSE, LES PARFUMS RESTENT. DE NOUVEAUX CHAPITRES S'ÉCRIVENT POUR MIEUX S'INSCRIRE DANS LES INCONSCIENTS COLLECTIFS.

-/ TIME PASSES, THE FRAGRANCE LINGERS ON – WITH A NEW TWIST, THE BETTER TO INFILTRATE THE COLLECTIVE UNCONSCIOUS.

Pasha de Cartier. le Parfum - Revival

Lancée en 1992, l'eau de toilette Pasha de Cartier est alors le symbole d'une époque, sillage d'hédoniste qui explore toutes les facettes de la lavande : aromatique, minérale, ozonique.
Un accord fougère sophistiqué, sensualisé et réchauffé d'un supplément d'ambre et de profondeur avec la nouvelle version parfum Pasha de Cartier. La rondeur s'y invite, la chaleur s'y diffuse, boisée comme un feu qui crépite et crémée de notes de santal. Le flacon traduit cette énergie avec son design hors normes et ses codes Cartier forts : Les trois anneaux à l'éclat métallique qui encerclent le capuchon. Le capot surmonté d'un cabochon bleu inspiré du remontoir de la montre Pasha de Cartier.

-/ Launched in 1992, the Pasha de Cartier Eau de Toilette became the symbol of an era, with a hedonistic trail that explores all the facets of lavender: aromatic, mineral, ozonic. A sophisticated, sensual fougère accord, this new edition of the Pasha de Cartier fragrance features depth and warmth from the addition of amber. The bottle expresses this energy with its extraordinary design and distinctive Cartier codes: The metallic gleam of the three bands that encircle the cap. The lid topped with a blue cabochon inspired by the winding crown of the Pasha de Cartier watch.

Christian Dior Miss Dior

En 1947, Christian Dior lance le New Look, qu'il complète d'une fragrance, Miss Dior, la première. Luxe absolu, le « parfum couture » est né. Aujourd'hui, hommage à la rose de mai de Grasse, cette déclinaison de Miss Dior équilibre à la perfection le cœur floral et un délicieux sillage poudré. A la reine des fleurs, François Demachy, le nez de la maison française, a ajouté du géranium, de la bergamote et du musc blanc.

-/ In 1947 Christian Dior launched his New Look, complete with perfume: the first Miss Dior. Couture perfume was born. Today, in homage to the Grasse May rose, this variation of Miss Dior perfectly balances the floral heart and a delicious powdery trail. To the queen of flowers, François Demachy, the nose of the French house, has added geranium, bergamot and white musk.

Guerlain - Shalimar

Nous sommes en 1925, à la fin de la Première Guerre mondiale et au début d'un nouveau monde où l'art moderne se décline sous toutes ses formes et l'effervescence est à son paroxysme. Dans ce Paris des années folles, Jacques Guerlain, qui a déjà composé l'Heure bleue et Mitsouko, va saisir l'occasion de l'Exposition Universelle à Paris pour faire preuve d'une nouvelle audace : un parfum d'exception – le premier oriental – dans un flacon d'exception signé Baccarat. Une forme d'érotisme se dégage de ce parfum où la vanille en surdose révèle une fragrance capiteuse que le parfumeur associera à un mythe passionnel né aux Indes.
Hasard diront certains, grand coup marketing diront d'autres, tout colle néanmoins. Mais Shalimar est un parfum bien plus complexe encore, où l'imagerie sexuée d'une fragrance ensorcelante, entre en résonance avec l'histoire de l'émancipation des femmes de l'après-guerre.

Moins d'un siècle plus tard, Shalimar n'a pas pris une ride. A peine quelques lifting sous la houlette de Thierry Wasser, qui supprimera la bergamote : « Shalimar est un parfum qui marie extraordinairement les contraires , c'est un jeu de clair-obscur ».

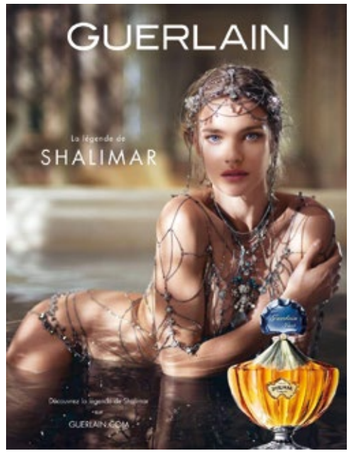
92 ANS DE MARKETING
Depuis la création de ce parfum oriental qui a cassé les codes établis de la parfumerie, la Maison Guerlain a su entretenir son histoire d'amour avec le public. Des éditions limitées chaque année, des déclinaisons plus légères et une égérie, Natalia Vodianova qui – à demi nue dans un clip de Paolo Roversi devenu culte (2008) – nourrit l'imagerie mêlant sensualité et exotisme de ce parfum. Chef de file incontesté des parfums orientaux, il se vend aujourd'hui plus de 500 000 flacons par an en France, et plus d'un million d'exemplaires dans le monde.

Emblème de la Maison Guerlain, c'est le parfum le plus vendu après La Petite Robe Noire, avec 108 flacons par heure dans le monde.

-/ We are in 1925, the First World War has ended, a new world has begun in which modern art comes in all forms and the effervescence is at its peak.
In this Paris of the Roaring Twenties, Jacques Guerlain, who had already composed l'Heure bleue and Mitsouko, is going to take the opportunity of the World's Fair in Paris to show a new boldness: an exceptional perfume - the first oriental one- in an outstanding bottle signed Baccarat. A form of eroticism emanates from this perfume, where an overdose of vanilla reveals a heady fragrance that the perfumer will associate with a passionate myth born in India.
Some might say it's a coincidence, others say it's a marketing stunt, but it all fits together nonetheless. Yet Shalimar is an even more complex fragrance, where the gendered imagery of a bewitching fragrance resonates with the history of post-war women's emancipation.

Less than a century later, Shalimar hasn't aged a day. Just a few face-lifts under Thierry Wasser's leadership, who removed the bergamot: "Shalimar is a fragrance that extraordinarily marries opposites, it's a play of chiaroscuro".

92 YEARS OF MARKETING
Since the creation of this oriental fragrance, which has broken the established codes of perfumery, the House of Guerlain has been able to maintain its love affair with the public. Limited editions every year, lighter versions and a muse, Natalia Vodianova, who - half-naked in a clip by Paolo Roversi that has become iconic (2008) - nourishes the fragrance's imagery, which blends sensuality and exoticism. The undisputed leader in oriental fragrances, it now sells more than 500,000 bottles a year in France, and more than a million worldwide. Guerlain's emblem, it is the best-selling perfume after La Petite Robe Noire, with 108 bottles per hour worldwide.



La première égérie du N°5 fut… Mademoiselle Chanel en personne, 1937.

De 1969 à 1979, l'égérie du N°5 a les traits de Catherine Deneuve. Les spots pour le N°5 en anglais avec Helmut Newton ne seront diffusés qu'aux États-Unis.

Chanel N°5

Marion Cotillard devient l'égérie du N° 5, le parfum culte de Chanel. Un nouveau rôle en or pour l'éternelle Môme du cinéma français.
Marion Cotillard rejoint ainsi le club très fermé des Chanel girls… ou plutôt Chanel women car le N°5 est un « parfum de femme à odeur de femme », comme l'a toujours voulu Gabrielle Chanel. On ne compte plus les célébrités qui, avant Marion Cotillard, ont incarné cette quintessence au féminin. Quintessence qui, étymologiquement, signifie d'ailleurs 5ème essence.

Marilyn Monroe ? Eh bien non. Elle n'a jamais été égérie du parfum de son vivant. Mais elle l'a rendu célèbre pour l'éternité.
D'abord dans une interview pour Life en 1953 où elle déclare ne dormir qu'avec quelques gouttes de Chanel N°5, ensuite en se laissant photographier chez elle avec le flacon à son chevet. En 1960, elle le confirme de nouveau à Georges Belmont, reporter pour Marie-Claire. Lorsqu'en 2013, la maison Chanel se procure cet enregistrement, elle en profite pour rendre hommage à Marilyn dans une vidéo constituée d'archives. Entretemps, le N°5 a vendu des millions de flacons, est entré au Musée d'Art Moderne de New York et a été immortalisé par Andy Warhol.

En réalité, la première égérie du N°5 fut… Mademoiselle Chanel en personne, posant devant une cheminée du Ritz devant l'objectif de François Kollar pour une campagne publicitaire destinée à Harper's Bazaar en 1937.

Peu à peu, les films publicitaires deviennent de véritables courts-métrages joués par des stars planétaires. De 1969 à 1979, l'élégance parisienne a les traits de Catherine Deneuve qui a tourné de nombreux spots pour le N°5 en anglais avec Helmut Newton. Dès 1986, Carole Bouquet joue pendant dix ans les femmes fatales chic et distantes. Ridley Scott la fera embrasser un inconnu à Monument Valley, s'allonger en maillot de bain au bord de la piscine de l'Eden Roc avant que Jean-Paul Goude ne la métamorphose en Marilyn dans une salle de cinéma et que Bettina Rheims ne la dirige pour une déclaration d'amour ambiguë: «Tu me détestes n'est-ce pas ?».

Jamais trop stars

Au fil du temps, la saga continue. En 1998, Luc Besson transforme Estella Warren en Petit Chaperon Rouge qui affole le loup. En 2004, peu après le succès de Moulin Rouge, Nicole Kidman retrouve le réalisateur australien Baz Luhrmann pour deux minutes de romantisme absolu sur les toits de New York. Ce film publicitaire fera grimper les ventes de façon tout aussi spectaculaire.

Changement de décor en 2008 avec Jean-Pierre Jeunet qui recroise lui aussi son Amélie Poulain, Audrey Tautou, et l'envoie jusqu'à Istanbul dans l'Orient-Express à la recherche de l'amour. Le film sera visionné 1,5 million de fois sur YouTube.

Le spot N°5 qui aura fait couler le plus d'encre dernièrement reste sans doute la prestation en noir et blanc de Brad Pitt. Très controversée, elle deviendra certainement culte un jour. Après le «bad buzz Brad», la maison Chanel a misé sur une valeur sûre. Dernière icône en date : Gisele Bündchen qui, pour le parfum légendaire, a mis en scène sa vie à cent à l'heure de surfeuse, de mère, de mannequin, d'amoureuse… Quel numéro va nous jouer Marion Cotillard ? La nouvelle campagne sera dévoilée dans le courant de l'année. Tout est possible car dans un an, le N°5 aura… 100 ans !

Marilyn Monroe se laissant photographier chez elle avec le flacon à son chevet.

©CHANEL

©CHANEL. Marion Cotillard, égérie 2020 du parfum culte.

Le spot N°5 qui aura fait couler le plus d'encre dernièrement reste sans doute la prestation en noir et blanc de Brad Pitt.

Lily-Rose Depp devant l'objectif de Jean-Paul Goude pour Chanel, près de 30 ans après Vanessa Paradis.

-/ Marion Cotillard becomes the muse of N° 5, Chanel's cult perfume. A new golden role for the french cinema's eternal la Môme.
Marion Cotillard thus joins the very closed club of Chanel girls... or rather Chanel women because N°5 is a "perfume for women with a woman's scent", as Gabrielle Chanel always wanted it to be. There are countless celebrities who, before Marion Cotillard, embodied this quintessential feminine scent. Quintessence, which etymologically means 5th essence.

Marilyn Monroe? Well, actually, no. She has never been the perfume's ambassador in her lifetime. But she made it famous for all eternity. First, in an interview for Life in 1953 where she declared that she slept with nothing but a few drops of Chanel N°5, then by letting herself be photographed at home with the bottle at her bedside. In 1960, she confirmed this again to Georges Belmont, a reporter for Marie-Claire. When in 2013, the Chanel house bought this recording, they took the opportunity to pay homage to Marilyn in a video made up of archives. In the meantime, N°5 has sold millions of bottles, entered the Museum of Modern Art in New York and has been immortalized by Andy Warhol.

In fact, N°5's first muse was... Mademoiselle Chanel herself, posing in front of a fireplace at the Ritz before the lens of François Kollar for an advertising campaign for Harper's Bazaar in 1937.
Little by little, advertising films became real short movies featuring stars from all over the world. From 1969 to 1979, Parisian elegance bears the traits of Catherine Deneuve, who shot many spots for the N°5 in English with Helmut Newton.

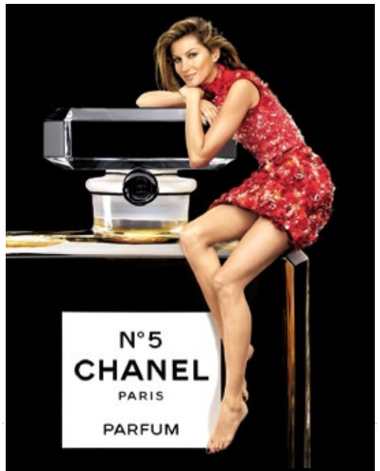
From 1986, Carole Bouquet has been playing the chic and distant femme fatale for ten years. Ridley Scott will make her kiss a stranger in Monument Valley, lie down in a swimsuit by the pool at the Eden Roc, before Jean-Paul Goude transforms her into Marilyn in a movie theater and Bettina Rheims directs her for an ambiguous love declaration: "You hate me, don't you?".

Star-spangled fragrance

Over time, the saga goes on. In 1998, Luc Besson transforms Estella Warren into Little Red Riding Hood, who frightens the wolf. In 2004, shortly after the success of Moulin Rouge, Nicole Kidman reunites with Australian director Baz Luhrmann for two minutes of absolute romance on New York rooftops. This commercial will boost sales just as spectacularly.

A change of scenery in 2008 with Jean-Pierre Jeunet, who also meets his Amélie Poulain, Audrey Tautou, and sends her to Istanbul in the Orient-Express in search of love. The film will be viewed 1.5 million times on YouTube.
The N°5 spot that has been the most talked-about lately is undoubtedly Brad Pitt's black and white performance. Very controversial, it will certainly become cult one day. After the "bad buzz Brad", the Chanel house has bet on a sure thing. The latest icon to date: Gisele Bündchen, who, for the legendary perfume, staged her life as a surfer, a mother, a model, a lover... What is Marion Cotillard going to play for us? The new campaign will be unveiled later this year. Anything is possible because in one year, the N°5 will be... 100 years old !

Dernière icône en date : Gisele Bündchen qui, pour le parfum légendaire, a mis en scène sa vie à cent à l'heure de surfeuse, de mère, de mannequin, d'amoureuse…



“L’EAU D’HERMÈS”
LE PARFUM DES ORIGINES

-/ THE FRAGRANCE OF THE ORIGINS

IMAGINÉ EN 1951 PAR EDMOND ROUDNITSKA AUTOUR D’UN THÈME HESPÉRIDÉ ÉPICÉ FLORAL, EAU D’HERMÈS EST LE PREMIER PARFUM DE LA MAISON.

-/ CONCEIVED IN 1951 BY EDMOND ROUDNITSKA AROUND A CITRUS-FLORAL-SPICY THEME, EAU D’HERMÈS WAS THE HOUSE’S FIRST FRAGRANCE.

« Le parfum des origines. L’ultime raffinement. Un cuir souple qui joue avec des épices et des bois. » Jean-Claude Ellena.

Il puise son inspiration dans l’évocation d’une odeur merveilleuse et pleine de sensibilité : «L’intérieur d’un sac Hermès où flottait l’arôme d’un parfum… Une note de fine peausserie enrobée de frais effluves d’agrumes et relevée d’épices», commentait alors le compositeur. Une odeur puissante et sensuelle qui s’adresse aux hommes autant qu’aux femmes.
La collection des Classiques témoigne des premières rencontres entre Hermès et le parfum. Ces intemporels racontent le patrimoine vivant de la maison, ses références, ses confidences…

-/ Jean-Claude Ellena describes it as “the fragrance of the origins. The ultimate refinement. A supple leather that plays with spices and woods”.

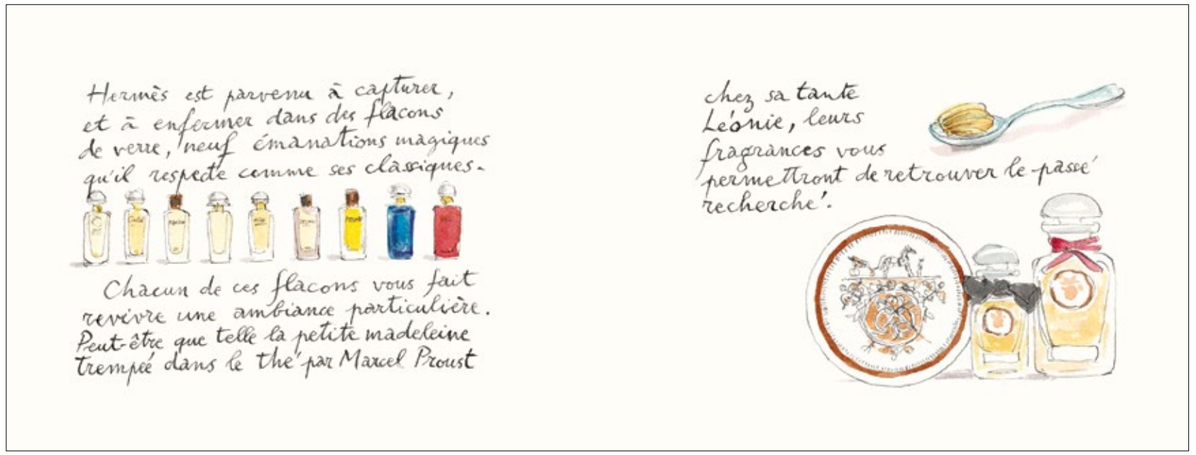
It draws its inspiration from the evocation of a wonderful scent, brimming with sensitivity: “The inside of a Hermès bag where the aroma of a perfume was floating... A touch of fine leatherware wrapped in fresh citrus scents and spicy notes,” the perfumer commented at the time. A powerful and sensual scent for men and women alike.
The Classiques collection bears witness to the first encounters between Hermès and fragrance. These timeless pieces tell the story of the house’s living heritage, its references, its confidences...

«L’Eau d’Hermès» - (1951) Imposing moulded colourless pressed solid glass flask of cubic section and shape, wide carnet neck, cabochon solid glass stopper, with titled sepia labels. Model edited by the Romesnil glassworks.
«L’Eau d’Hermès»

Luxury reissue of the 1990s: cubic cardboard box wrapped in titled mandarin paper, lemon satin interior, moulded colourless pressed crystal bottle with cubic cross-section and shape, protruding carnet neck, domed cabochon stopper, labels and leather strap.

«L’Eau d’Hermès»
Réédition grand luxe des années 1990: coffret cubique en carton gainé de papier mandarine titré, intérieur satin citron, flacon en cristal incolore pressé moulé de section et forme cubiques, col à carnette saillante, son bouchon cabochon bombé, avec ses étiquettes et sa lanière de cuir.

«L’Eau d’Hermès» - (1951) Imposant flacon en verre massif incolore pressé moulé de section et forme cubiques, col à large carnette, son bouchon cabochon en verre massif, avec ses étiquettes sépia titrées. Modèle édité par la verrerie de Romesnil.



ÉTIQUETÉ **VINTAGE !**

-/ LABELLED VINTAGE

AU MOMENT DE L'APÉRO, ON REGARDE AUSSI DANS LE RÉTRO ! PETIT LOT DE BOUTEILLES QUI FLEURENT BON LE CHARME D'ANTAN…

-/ WE'RE MORE THAN HAPPY TO LOOK TO THE PAST WHEN IT'S APERITIF TIME! A SELECTION OF TIPPLES THAT OOZE RETRO CHARM.

SUZE : un revival relooké…

Plus que centenaire, cet apéritif au goût si particulier de gentiane connaît un retour en grâce depuis une trentaine d'années. En plus de l'accommoder à d'autres ingrédients – l'incontournable Suze tonic – la marque a conçu une collection de bouteilles sérigraphiées distribuée au compte-gouttes ! Mention spéciale aux bouteilles Picasso, Cocteau, au relooking du styliste Gaspard Yurkievich ou de Jean Nouvel…*-/ Now over 100 years old, this aperitif with its unique gentian flavour has enjoyed something of a revival over the last 30 or so years. As well as combining it with other ingredients, the delicious Suze tonic being one, the brand has brought out a collection of screen-printed bottles, released sparingly. A special mention for the Picasso and Cocteau bottles and the designs by Gaspard Yurkievich and Jean Nouvel.*

LILLET :
un aller-retour Bordeaux-New York ?

Cet emblème de la région bordelaise, fabriqué à partir de vins locaux et de liqueurs du monde entier (oranges douces d'Espagne, quinquina d'Amérique du Sud…) est l'œuvre de Raymond et Paul Lillet (1887).
Pionniers de la « réclame », les deux frères parcourent la terre entière jusqu'à connaître, dans les années 40, un immense succès sur le marché américain. Depuis son retour en force sur le sol français, en 1985, le Lillet fait figure d'apéritif branché de Bordeaux à New York !

-/ This emblem of the Bordeaux region, made from local wines and liqueurs from around the world (sweet Spanish oranges, quinine from South America) was created by Raymond and Paul Lillet in 1887.
Real marketing pioneers, the two brothers travelled the world and began to enjoy great success on the American market in the 40s. Since its comeback in France in 1985, Lillet has become a trendy aperitif from Bordeaux to New York!

DUBONNET : du médicament à l'apéro…

« Dubo, Dubon, Dubonnet ! » Dans les années 50-60, les Parisiens pouvaient voir défiler ce célèbre slogan publicitaire sur les parois du métro, resté gravé dans toutes les têtes ! Créé en 1846 par le chimiste Joseph Dubonnet, ce breuvage n'est autre qu'un vermouth enrichi de quinquina. Utilisé au départ comme médicament contre le paludisme, il est vite devenu l'un des apéritifs les plus populaires de France !
-/ "Dubo, Dubon, Dubonnet!" In the 50s and 60s, Parisians saw this famous advertising slogan on the walls of the metro. Created in 1846 by chemist Joseph Dubonnet, this beverage is quite simply a vermouth with quinine added and was originally used as a medicine to treat malaria. But it soon became one of France's most popular aperitifs!

CINZANO : la première pub au néon !

Créée en 1757, cette marque de Vermouth italien tient toujours la deuxième place des apéritifs à base de vin les plus vendus de France. Malgré son grand âge, Cinzano conserve une image très moderne. En 1912, par exemple, la marque inaugure une publicité sous forme de tube néon et, jusque dans les années 60, demeure l'un des plus gros annonceurs du marché publicitaire français.
-/ This Italian brand of vermouth, founded in 1757, is still France's second most popular wine-based aperitif. Despite its venerable age, Cinzano has always had a very modern image; in 1912, for example, it brought out an advertisement in the form of a neon tube. Until the 60s the brand was one of the biggest advertisers in France.

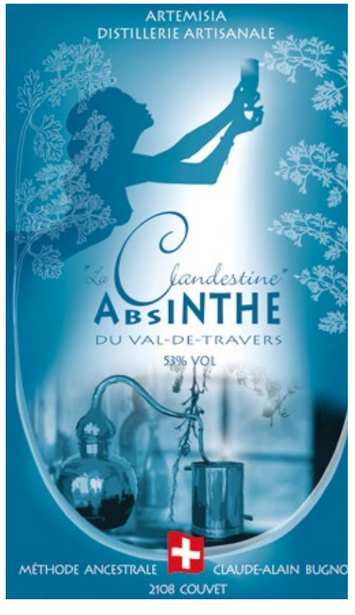
BYRRH : 35 millions de litres écoulés en 1935 !

Cet apéritif à base de vin du Roussillon était le plus vendu sur le sol français avant la Seconde Guerre mondiale ! Tombé progressivement en désuétude, il est revenu en grâce à l'orée des années 2000, avec une cuvée haut de gamme à destination des connaisseurs : le Byrrh Rare Assemblage.

-/ This aperitif based on Roussillon wine was the most sold aperitif on French soil before the Second World War! It gradually fell into disuse, but came back into favour at the dawn of the 2000s, with a top-of-the-range cuvée for connoisseurs: the Byrrh Rare Assemblage.

L'ABSINTHE :
le goût de l'interdit

Pour lutter contre l'alcoolisme, mais aussi parce qu'elle était suspectée de rendre fou, l'absinthe ou « fée verte » a été prohibée en Suisse et en France – tant à la production qu'à la consommation – de 1915 jusqu'au… 17 décembre 2010 ! Date depuis laquelle il est possible de savourer, en toute sécurité, l'arôme anisé de ce nectar au goût d'interdit…
-/ To combat alcoholism, but also because it was suspected of turning drinkers mad, absinthe, or the "green fairy", was banned in France – both production and consump- tion – from 1915 until... 17 December 2010! Now once again we can all savour this aniseed nectar with its taste of forbidden fruits.



QUAND LE VINTAGE DEVIENT **WINTAGE !**

-/ WHEN VINTAGE BECOMES WINTAGE!

LE VINTAGE A LE VENT EN POUPE DANS LE DOMAINE DE LA GRANDE CONSOMMATION. IMMERSION AU CŒUR DU PHÉNOMÈNE AVEC UN VÉRITABLE GOUROU DES NOUVELLES TENDANCES…

-/ VINTAGE IS ON THE UPSWING IN THE CONSUMER GOODS SECTOR. LET'S DIVE INTO THE HEART OF THE PHENOMENON WITH A REAL GURU OF THE NEW TRENDS...

Macel Proust

Vincent Grégoire est directeur du département Art de vivre de l'une des plus importantes agences françaises spécialisées dans l'analyse marketing, la prospective et le décryptage des comportements de consommation. Il a constaté dès le milieu des années 2000 une montée en flèche de la tendance vintage : « Ce coup d'œil dans le rétroviseur, auquel pourrait s'assimiler le vintage, témoigne d'une véritable crainte face à l'inconnu, au futur incertain. Les consommateurs ont besoin de se raccrocher à leurs racines, à leur mémoire, pour retrouver le goût d'antan, celui de leur enfance. Et donc celui de l'insouciance… »

-/ Vincent Grégoire is director of the Lifestyle department at Nelly Rodi, one of France's leading agencies specializing in marketing analysis, forecasting and deciphering consumer behavior. In the mid-2000s, he noticed a sharp rise in the vintage trend: «This glance in the rear-view mirror, which vintage could be assimilated to, testifies to a real fear of the unknown, of the uncertain future. Consumers need to cling to their roots, to their memory, to rediscover the taste of yesteryear, that of their childhood. And therefore the taste of carelessness... «

WINNER À TOUS LES COUPS…

Lassés du mass market omniprésent, les consommateurs se tournent vers des produits qui parlent à leur inconscient collectif et qu'ils veulent à tout prix différents de ceux du voisin, car le vintage suggère aussi cette notion d'unicité, de rareté. « Cependant, si le phénomène semble s'expliquer par un vrai désir des consommateurs, poursuit Vincent Grégoire, il correspond bien évidemment à une réelle stratégie commerciale de la part des marques : **puiser dans le "avant-c'était-mieux" constitue un véritable jackpot…**

Sauf que cela se fait au détriment de la "vraie" création. Prise de risque, zéro ! C'est pourquoi on pourrait presque parler de "wintage" plutôt que de vintage…

Se référer au passé, c'est gagner à tous les coups ! »

Dans l'agroalimentaire notamment, le constat est implacable en matière de produits sucrés : « Les confitures, les friandises, les gâteaux, tout ce qui fait référence à l'enfance et à l'esthétique d'hier fonctionne à merveille. Ces produits jouent sur le registre de la récompense… Plaisir et vintage font donc très bon ménage… »

Un autre aspect rassurant du vintage tient au fait qu'il fait référence à des produits dont on maîtrise la provenance : « Dans ce pur moment de détente, convivial, exclusif, que représente l'apéritif, les participants ont envie d'une boisson simple et très identifiable.
De celles que l'on a vues dans les armoires et sur les tables basses de nos parents et grands-parents, mais qui sont aussi indissociables de leur région d'origine, évoquant ainsi la notion de terroir, de tradition. »

Winner every time...

Tired of the omnipresent mass market, consumers are turning to products that speak to their collective unconscious and that they want to differ from their neighbour's at all costs, because vintage also suggests this notion of uniqueness, of rarity. "However, if the phenomenon seems to be explained by a real consumer desire," continues Vincent Grégoire, "it obviously corresponds to a real commercial strategy among brands: drawing

Pub Banania, 1930.

on the 'before it was better' motto is a real jackpot... Except that it is at the expense of 'real' creation. Zero risk taking! That's why we could almost talk about "wintage" rather than vintage... Referring to the past means winning every time! »

In the food industry in particular, the observation is implacable when it comes to sweet products: "Jams, sweets, cakes, everything that refers to childhood and yesterday's aesthetics works wonders.

These products play on the register of the reward... Pleasure and vintage therefore go hand in hand...". Another reassuring aspect of the vintage is that it refers to products whose origin is controlled: "In this pure moment of relaxation, convivial, exclusive, which the

aperitif represents, the participants want a simple and very identifiable drink. The ones we saw in our parents and grandparents' cupboards and on their coffee tables, but which are also inseparable from their region of origin, thus evoking the notion of terroir, of tradition.

La Marmite, produite depuis 1902 au UK, est un produit ultra-anglais qui tient son nom d'un mot français (vendu à l'origine dans une petite marmite en faïence) et son contenu de l'invention d'un Allemand. Inventé par Justus von Liebig à la fin du 19ème, cette pâte est un sous-produit de la fabrication de la bière.

UNE PETITE VOITURE POUR
UN GRAND
CHANGEMENT

HYBRID

LA NOUVELLE 500 HYBRID. DRIVEN BY NATURE.

LEASING 0,500%, SANS ACOMPTE,
PAIEMENT EN 2021

Etiquette-énergie 2020
A
B
C
D
E
F
G

Exemple de calcul sans engagement de FCA Capital Suisse SA, Schlieren: **Fiat 500 Hybrid POP** 1.0 70 ch, consommation d'énergie (liée à la conduite): 6,0 l/100 km, émissions de CO_2 (liées à la conduite): 134 g/km, émissions de CO_2 liées à la fourniture de carburant et/ou d'électricité: 30 g/km, catégorie d'efficacité énergétique A, prix d'achat au comptant CHF 14 090.–, prix de vente conseillé. 1ère–7e mensualité de leasing CHF 0. –, 8e–48e mensualité CHF 229.–, 0% paiement extraordinaire CHF 0. –, durée 48 mois, kilométrage max. 10 000 km/an, taux d'intérêt annuel effectif 0,500% avec assurance casco complète obligatoire et assurance mensualités «Comfort» optionnelle non incluses dans le calcul. L'octroi d'un leasing est interdit s'il entraîne le surendettement du consommateur. Sous réserve de modifications de prix. Sauf erreur, omission et sous réserve d'approbation de la part de FCA Capital Suisse SA. Exemple de calcul valable pour les contrats de leasing conclus durant la période du 16.5.2020 au 15.6.2020. Valable uniquement sur une sélection de voitures en stock. **Modèle illustré: Fiat 500 Hybrid** Launch Edition Cabrio 1.0 70 ch avec options: CHF 24 590.–. Tous les montants TVA incluse. Prix de vente conseillés. Sous réserve de modifications de prix.

FIAT
fiat.ch

MotorVillage GENÈVE

FCA Motor Village Switzerland
Chemin du Grand-Puits 26, 1217 Meyrin, 022 338 39 00, www.motorvillage.ch

Yoko Ono, John Lennon. WAR IS OVER! 1969.

Par la rédaction

FACE À LA TOURMENTE DU COVID-19, LE CAPITAL HUMAIN EST ESSENTIEL

-/ FACED WITH THE TURMOIL OF COVID-19, HUMAN CAPITAL IS ESSENTIAL.

AU COURS DE SES VINGT-DEUX ANS D'EXISTENCE, PRIME PARTNERS A RELEVÉ DE NOMBREUX CHALLENGES. CELUI DU CORONAVIRUS N'EST QUE LE DERNIER EN DATE. AINSI, LA PANDÉMIE A D'ABORD PERMIS AU GESTIONNAIRE INDÉPENDANT GENEVOIS DE TESTER CONCRÈTEMENT SA CAPACITÉ À APPLIQUER LES NOUVELLES RÈGLEMENTATIONS LSFIN ET LEFIN RELATIVES AU PLAN DE CONTINUITÉ DE L'ENTREPRISE. « LE SUCCÈS DANS LA MISE EN ŒUVRE D'UN PLAN RAPIDE ET EFFICACE POUR NOUS ADAPTER AUX DÉCISIONS DE CONFINEMENT A ÉTÉ TOTAL » RELÈVE SÉBASTIEN CAPT, CEO DE PRIME PARTNERS.

-/ DURING ITS TWENTY-TWO YEARS OF EXISTENCE, PRIME PARTNERS HAS TAKEN UP MANY CHALLENGES. THAT OF THE CORONAVIRUS IS ONLY THE LATEST. FOR EXAMPLE, THE PANDEMIC FIRST ALLOWED THE INDEPENDENT GENEVA-BASED MANAGEMENT COMPANY TO CONCRETELY TEST ITS ABILITY TO APPLY THE NEW LSFIN AND LEFIN REGULATIONS RELATING TO THE BUSINESS CONTINUITY PLAN. SÉBASTIEN CAPT, CEO OF PRIME PARTNERS, COMMENTS: "THE SUCCESS IN IMPLEMENTING A QUICK AND EFFICIENT PLAN TO ADAPT TO CONTAINMENT DECISIONS WAS TOTAL".

Si l'entreprise a largement recouru au télétravail pour une quarantaine de ses collaborateurs, certains ont dû maintenir une présence physique dans les locaux, avant tout pour assurer une coordination efficace avec les contre-parties et pour fournir le service optimal à la clientèle.

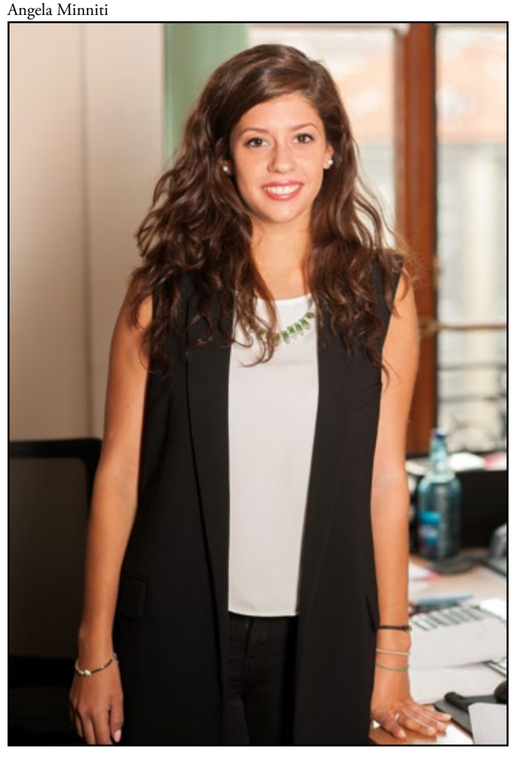
Dans ce contexte, le rôle des assistantes/assistants s'est révélé crucial. « C'est avec plaisir que nous avons répondu au défi que l'on nous proposait » déclare Rodolfo Reis, qui assiste les chargés de clientèle sur les marchés latino-américains au sein du gestionnaire indépendant.
Et d'ajouter : « Elargir notre rayon d'action hors des zones que nous couvrons habituellement était indispensable, puisque nous étions en effectifs réduits ; avec ma collègue Angela, nous avons appris combien l'adage qui veut que l'union fasse la force est vérifié, car nous n'avons pas chômé » dit-il avec un sourire aux lèvres.

Des situations de crise, Nicole Huguenin et Cyril Besson en ont déjà connu chez Prime Partners, en raison de leur longue expérience au sein de la maison. « Au risque de paraître un peu cliché, nous avons une nouvelle fois démontré que notre souplesse et l'engagement de tous dans l'effort commun sont bien réels » déclare N. Huguenin. Des propos que C. Besson confirme avec sa bonne humeur habituelle.

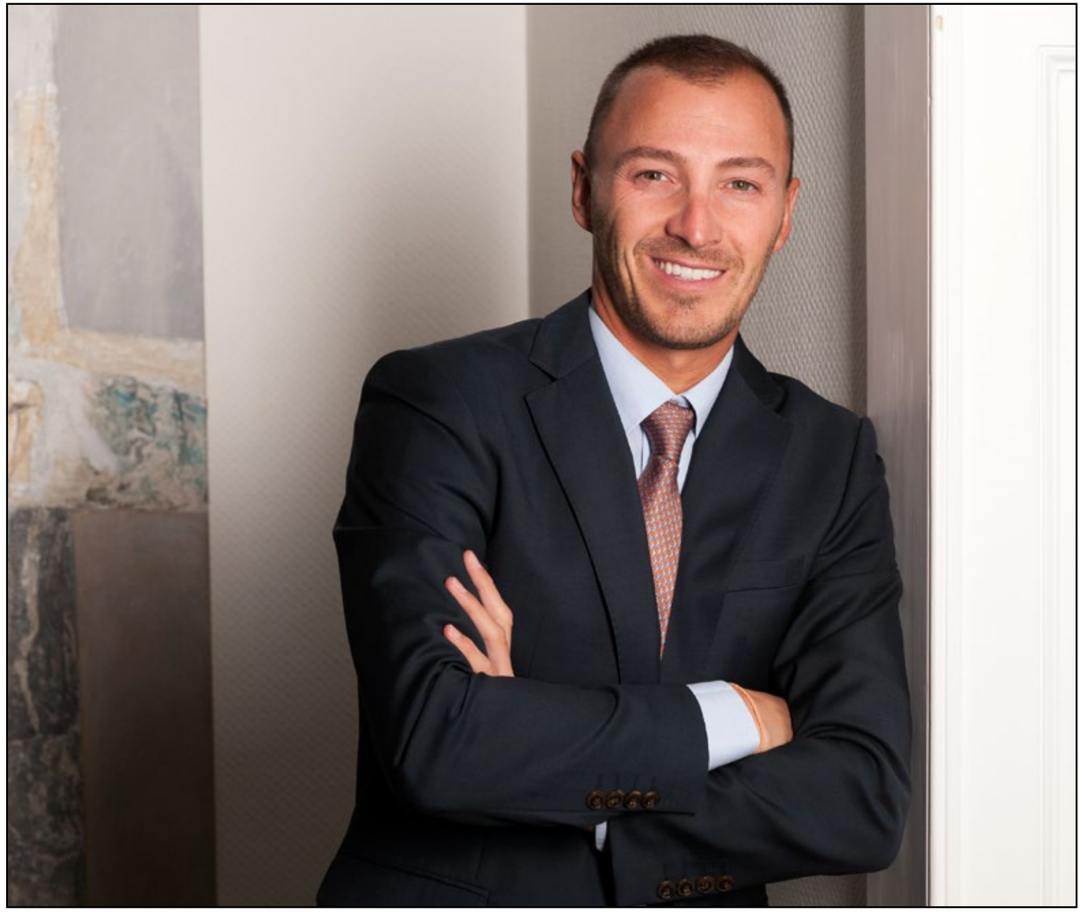
Pour un gestionnaire de fortune de taille moyenne, la pandémie du covid-19 est nécessairement une source d'apprentissage, d'autant plus qu'il ne peut pas être question de remettre en cause les prestations offertes à une clientèle internationale. « Au-delà de notre capacité à fournir du conseil, ce qui constitue le cœur de notre valeur ajoutée depuis plus de deux décennies, cette crise a démontré l'importance de pouvoir compter sur des personnes engagées, fiables et compétentes pour assister les gestionnaires » déclare le CEO qui ne tarit pas d'éloges à l'égard des collaborateurs de Prime.

Face à n'importe quel imprévu, on ne peut compter que sur l'humain. Voilà peut-être la leçon que Prime Partners tirera, une fois encore, de l'expérience récente. De quoi affronter solidement le retour à des conditions normales dans un avenir plus ou moins proche.

Angela Minniti



Rodolfo Reis



-/ While the company has made extensive use of teleworking for some 40 of its employees, some have had to maintain a physical presence on the premises, primarily to ensure effective coordination with counterparties and to provide optimal customer service. In this context, the role of assistants has proved crucial.

"We were happy to take up the challenge," says Rodolfo Reis, who assists the account managers in the Latin American markets within the company. He adds: "Extending our reach outside our usual areas of coverage was essential, as we were understaffed; together with my colleague Angela, we learned how true the saying that there is strength in numbers is, because we did not stand still," he says with a smile on his face.

Nicole Huguenin and Cyril Besson have already experienced crisis situations at Prime Partners due to their long experience within the firm.

"At the risk of sounding a bit cliché, we have once again demonstrated that our flexibility and the commitment of all involved in the joint effort are very real," says N. Huguenin. A statement that C. Besson confirms with his usual good humour.
For a medium-sized asset management firm, the covid-19 pandemic is necessarily a source of learning, especially since jeopardizing the services offered to our international clientele is not an option.
"Beyond our ability to provide advice, which has been at the heart of our added value for over two decades, this crisis has demonstrated the importance of being able to count on committed, reliable and competent people to assist managers," says the CEO, who is full of praise for Prime's employees.

Faced with any unforeseen event, you can only count on people. This is perhaps the lesson that Prime Partners will once again learn from recent experience. A lesson that will provide a solid basis for a return to normal conditions in the more or less near future.

Prime Partners S.A.
15, rue des Alpes
1201 Genève
Tel. +41 22 787 06 80
www.prime-partners.com

Par Raphaël Klemm

LES HAUTS DU CHÂTEAU,
VOTRE FUTUR LOGEMENT AUX PORTES DE GENÈVE

-/ LES HAUTS DU CHÂTEAU, YOUR FUTURE HOME ON THE OUTSKIRTS OF GENEVA

SUR LE MÊME DOMAINE QUE LE FUTUR SIÈGE MONDIAL DE LA BANQUE LOMBARD ODIER, DONT LE COMPTOIR IMMOBILIER A CHAPEAUTÉ LE TRANSFERT DE PROPRIÉTÉ EN 2017, LE GROUPE A DE NOUVEAU RÉALISÉ LA VENTE D'UN IMPORTANT PROJET SUR LA COMMUNE DE BELLEVUE, AUX PORTES DE GENÈVE.

-/ JUST A STONE'S THROW AWAY FROM THE FUTURE WORLD HEADQUARTERS OF LOMBARD ODIER BANK, WHOSE TRANSFER OF OWNERSHIP IT SPEARHEADED IN 2017, COMPTOIR IMMOBILIER AGAIN COMPLETED THE SALE OF A LARGE PLOT OF LAND IN THE COMMUNE OF BELLEVUE, ON THE OUTSKIRTS OF GENEVA.

Il s'agit cette fois du projet des Hauts du Château, qui comportera 26'000 m² de logements - soit 287 appartements, du studio jusqu'au huit pièces-, et quelque 800 m² de surfaces commerciales. La parcelle, d'environ 8'600 m², a été acquise par Allianz Suisse Lebensversicherungs-gesellschaft AG.

Ce qui frappe d'emblée, c'est la situation exceptionnelle du site, dans un environnement calme à cinq minutes de l'entrée de Genève, à proximité de la bretelle d'autoroute et de la gare du Léman Express « Les Tuileries ». La quasi-totalité des appartements bénéficie d'une vue sur le lac.

Les façades des deux immeubles de huit étages composant les Hauts du Château font la part belle au béton blanc et au verre tout en se distinguant par leur importante végétalisation qui permet une belle cohérence avec le parc alentour. L'accent a également été mis sur le respect de l'environnement, les bâtiments ayant obtenu le label Minergie-P, réservé aux constructions répondant aux exigences maximales en termes de qualité, de confort et de consommation énergétique.

La moitié des appartements sont régis par des loyers HM et l'autre moitié par des loyers libres. A titre d'exemple, pour un quatre pièces, le loyer mensuel d'un logement social sera de 1'700 francs et de 2'200 francs pour un loyer libre. Des loyers qui ne vont pas manquer de faire (et font déjà) l'objet de nombreuses demandes ! Quant à la livraison des premiers logements, elle est prévue pour 2023.

© Favre & Guth S.A architectes

Comptoir Immobilier
Cours de Rive 7 – 1204 Genève
www.comptoir-immo.ch

-/ This time it is the Hauts du Château project, which will comprise 26,000 m² of housing - 287 apartments, from studios to eight rooms - and some 800 m² of commercial space. The plot of land, about 8,600 m², has been acquired by Allianz Suisse Lebensversicherungs-gesellschaft AG.

What strikes you immediately is the exceptional location of the site, in a calm environment and five minutes away from the entrance to Geneva, close to the motorway junction and the Léman Express "Les Tuileries" train station, with almost all of the apartments benefiting from a view of the lake.
The facades of the two eight-storey buildings that make up the Hauts du Château feature white concrete and glass and are distinguished by their extensive greenery, making them harmoniously integrated with the surrounding parklands. Emphasis has also been placed on respect for the environment, with the buildings having been awarded the Minergie-P label, reserved for constructions meeting the highest requirements in terms of quality, comfort and energy consumption.

Half of the apartments are regulated by HM rents and the other half by free rents. As an example, for a four-room apartment, the monthly rent for a social housing unit will be 1,700 francs and 2,200 francs for a free rent. These rents are bound to be (and are already) the subject of many requests! As for the delivery of the first housing units, it is planned for 2023.

© Favre & Guth S.A architectes

GENEVABOATS®

PEDRAZZINI SPECIAL

BATEAUX & YACHTS
VENTES & LOCATIONS

CROISIERES PRIVEES AVEC PILOTE
PLACES D'AMARRAGE | ENTRETIEN
HIVERNAGE | TRANSPORT | ASSURANCE
SERVICES MARINA | CHARTER

COBALT BOATS
Pedrazzini
PARDO YACHTS
RAND

GENEVABOATS | MAISON BEAU-REGARD
29 QUAI DU MONT-BLANC | GENEVE
+41 79 775 04 12 - INFO@GENEVABOATS.COM
GENEVABOATS.COM

TOMBER AMOUREUX D'UN **BATEAU**

-/ FALLING IN LOVE WITH A BOAT

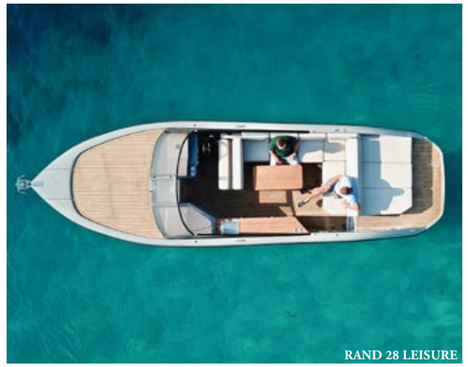
BRONZETTE, APÉRITIF, PICNIC, DÉJEUNER ET DINER À BORD, YOGA, MÉDITATION, FIESTA, SIESTA, NUIT EN SILENCE, BAIGNADE AU LARGE, SANS MAILLOT, SKI NAUTIQUE, WAKEBOARD ET WAKE SURF, BOUÉE TRACTÉE, PÊCHE, VITESSE, CROISIÈRE, EN FAMILLE, AVEC DES ENFANTS, ENTRE AMIS, LA LISTE DES PLAISIRS QUE PROCURE UN BATEAU PRIVÉ EST LONGUE. ALORS POUR RENCONTRER LE BATEAU DONT VOUS TOMBEREZ AMOUREUX, RIEN DE TEL QU'UN RENDEZ-VOUS AVEC GENEVABOATS …

-/ SUNBATHING, COCKTAILS, PICNIC, LUNCH OR DINNER ON BOARD, YOGA, MEDITATION, PARTIES, NAPS, SLEEPING IN SILENCE, SWIMMING OFFSHORE, WITHOUT SUIT, WATERSKIING, WAKEBOARDING, AND WAKE SURFING, TUBING, FISHING, SPEEDING, CRUISING, WITH FAMILY, CHILDREN, FRIENDS, THE LIST OF PLEASURES PROVIDED BY A PRIVATE BOAT IS LONG. SO TO MEET THE BOAT YOU WILL FALL IN LOVE WITH, THERE IS NOTHING BETTER THAN AN APPOINTMENT AT GENEVABOATS …

COBALT R7 SURF

POUR LES FANS DE SPORTS NAUTIQUES, CE POURRAIT ÊTRE … UN COBALT R7 OU R7 SURF
Le R7 Surf offre une vague réglable, de petite à énorme, idéale pour le wake surf, une conduite sure et permettant des manœuvres faciles, avec une vitesse de pointe jusqu'à 85kmh … une fusée.
Les intérieurs sont dignes d'une Bentley ; on peut choisir les moindres détails. Sound système puissant, frigo, toilettes, évier, douche de pont, ancre électrique, écran tactile, et le top du top … la plateforme de bain immergeable.
8m38 x 2m59 - Moteur 380ch essence - 12 passagers - Prix dés CHF 194'730

-/ FOR WATERSPORTS FANS, IT COULD BE … A COBALT R7 OR R7 SURF
The R7 Surf offers an adjustable wave, from small to huge, ideal for wake surf, as well as a safe steering allowing easy maneuvers, with a top speed which can reach 85kmh … a rocket.
Interiors are up to a Bentley's level ; each detail can be chosen. Powerfull sound system, fridge, toilet, sink, exterior hand shower, electric anchor, touch screen, and top of the pops … the sinkable swimming platform.
8m38 x 2m59 - Engine 380hp gas - 12 passengers - Price from CHF 194'730



RAND 28 LEISURE

POUR LES FANS DE STARCK, DE CASTIGLIONI, ET DE DESIGN NORDIQUE, CE POURRAIT ÊTRE … UN RAND 28
Le Rand 28 fait tourner les têtes lorsqu'il vient s'amarrer au ponton d'un restaurant des bords du Lac de Genève.
La croisière avec … beaucoup de style. Design made in Denmark.
8m44 x 2m59 – Moteurs Essence, diesel, et électrique - 12 passagers - Prix dès CHF 139'000

-/ FOR FANS OF STARCK, CASTIGLIONI, AND NORTHERN DESIGN, IT COULD BE … A RAND 28
The Rand 28 makes heads turn when it arrives at the jetty of a restaurant on the coasts of Lake Geneva. Cruising with … lots of style.
Design made in Denmark.
8m44 x 2m59 - Engines gas, diesel, or electric – 12 passengers – Price from CHF 139'000

PARDO 43

POUR LES ESTHÈTES À LA PAGE, CE POURRAIT ÊTRE, LE BATEAU DONT ON PARLE …
UN PARDO 38 OU 43

Prix du Meilleur Bateau Européen 2020, le Pardo 38 a un design d'une grande beauté, sobre et raffinée, ainsi que des aménagements dont l'intelligence versatile procure beaucoup de place et de confort. Doté de deux cabines doubles, d'une salle de bain avec lavabo, douche et toilettes, et d'une cuisine avec évier sur le pont, ce bateau offre des espaces de convivialité exceptionnels, avec la rare possibilité de pouvoir diner confortablement assis à six ou huit autour d'une belle table avec vue panoramique à 360°. Doté en option d'un Gyroscope, le bateau ne bouge plus, un luxe incomparable pour un diner à l'ancre au coucher du soleil.
Modèle 38 - 11m90 x 3m60 - 2 x 440ch diesel - 12 passagers - Prix dés CHF 330'000

-/ FOR UP-TO-DATE AESTHETES, IT COULD BE, THE TALK-OF-THE-TOWN BOAT … A PARDO 38 OR 43
Prized 2020 Best European Boat, the Pardo 38 has a rare design beauty, sober and refined, with intelligent versatile accomodation which offers lots of room and comfort. *Inside it has two double cabins, a bathroom with washbasin, shower and toilet, and a kitchen with sink on the main deck ; a boat which offers exceptional socializing space, with the rare possibility to dine well seated in six or eight guests around a large table with a panoramic view at 360°. Endowed in option of a Gyroscope, the boat doesn't move anymore, an uncomparable luxury for having diner anchored at sunset.*
Model 38 - 11m90 x 3m60 - 2 x 440hp diesel - 12 passengers - Price from CHF 330'000

AZIMUT 78

POUR CEUX PORTANT UNE NAUTILUS, OU UNE YACHT-MASTER … SERAIT-CE L'AZIMUT ?
Dernier-né d'une des quatre grandes marques de Yachts made in Italy, l'Azimut 78, est déjà une star, qui a l'inhabituelle habitude de … boire très peu. Autre particularité, sa superstructure est en carbone, ce qui augmente la vitesse, et le confort, en réduisant considérablement le roulis. Et son autre nouveauté, c'est la communication directe entre la cabine d'équipage, la cuisine, et le fly, ce qui permet au personnel de bord d'offrir une intimité totale au propriétaire et ses invités. Avec quatre salons, quatre cabines doubles, et une table autour de laquelle peuvent diner douze personnes, il a de quoi …
23m60 x 5m75 - 3 x Volvo diesel IPS - vitesse max 33nds - Prix dés CHF 3'100'000

-/ FOR THOSE WEARING A NAUTILUS, OR THE YACHT-MASTER … WOULD IT BE THE AZIMUT ?
The newly born from the four great Yacht brands made in Italy, the Azimut 78, is already a star, who has the unusual habit of … drinking very little. *Other particularity, it's superstructure is made of carbon, which increases the speed, and comfort, as it reduces rolliing significantly. And the other novelty, is the direct communication between crew cabin, kitchen, and fly, which allows the crew to offer a total privacy to the yacht owner and his guests. With four salons, four double cabins, and a large table around which can be seated twelve persons, it really has it …*
23m60 x 5m75 – 3 x Volvo diesel IPS – top speed 33kts – Price from CHF 3'100'000

PLACES D'AMARRAGE | BERTHS & MOORINGS | **SERVICES MARINA** | MARINA SERVICES

GENEVABOATS

IMMEUBLE BEAU-REGARD HOUSE | 29 QUAI DU MONT-BLANC | +41 79 775 04 12 | INFO@GENEVABOATS.COM - WWW.GENEVABOATS.COM

Par Raphaël Klemm

6 MILLIONS DE VÉHICULES EN SUISSE,
ENUU, ENUU, ENUU...

-/ AN ECO-FRIENDLY VEHICLE FOR ME…ENUU

«D'ICI 2030, ENUU SERA LE SERVICE DE MICRO-MOBILITÉ LE PLUS UTILISÉ DANS LE MONDE». C'EST LE DISCOURS AMBITIEUX DE LA START-UP BIENNOISE ENUU, QUI DÉVELOPPE DES VÉHICULES ÉLECTRIQUES EN LIBRE-SERVICE À DES CONDITIONS TRÈS AVANTAGEUSES. FONDÉE EN 2018 PAR LUCA PLACI ET YOANN LOETSCHER, LA JEUNE POUSSE DOIT SON NOM À LA CONTRACTION D'«EFFICIENCY» ET DE «NEW».

-/ "BY 2030, ENUU WILL BE THE MOST WIDELY USED MICRO-MOBILITY SERVICE IN THE WORLD." THIS IS THE AMBITIOUS VISION OF THE BIEL-BASED START-UP ENUU, WHICH IS DEVELOPING SELF-SERVICE ELECTRIC VEHICLES ON FAVORABLE TERMS. FOUNDED IN 2018 BY LUCA PLACI AND YOANN LOETSCHER, THE START-UP OWES ITS NAME TO THE CONTRACTION OF "EFFICIENCY" AND "NEW".

Son fer de lance ? Le LEV -pour Light electric vehicle-, parfaite combinaison entre vélo et voiture, qui peut être utilisé sans permis, circuler sur les pistes cyclables et être garé sur les places pour vélo et scooter.

Le service fonctionne via une application qui permet de réserver un de ces véhicules à court terme ainsi que de payer le trajet. Leurs conducteurs peuvent emprunter les rues et les voies cyclables à une vitesse allant jusqu'à 30km/h, seules les zones piétonnes leur étant interdites. Une fois arrivé à destination, l'utilisateur laisse le véhicule sur une place vélo, enclenche le frein à main et met fin à sa course dans l'application. Un business-model désormais très répandu, qui reprend le système des Vélib', Bird, Pick-e-bike etc…

Le service de maintenance vérifie en tout temps la charge des batteries, qui sont remplacées pour être rechargées dès qu'elles passent en-dessous des 40%.
Naturellement, le respect de l'environnement est l'objectif principal de la start-up, outre le désengorgement des villes. En effet, les véhicules Enuu circulent au moyen de batteries qui n'émettent pas de CO2.

Dès le début de l'année 2019, Enuu a proposé aux Biennois(es) de louer ses voiturettes électriques. Aujourd'hui, l'entreprise compte 110 véhicules sur le sol zurichois, tout prochainement suivis par une vingtaine à Bâle. Et bientôt à Genève ? Quant au prix, il faut compter 90 ct pour débloquer le véhicule puis 20 ct par minute d'utilisation.

Enuu
www.enuu.ch

-/ Its spearhead? The LEV - for Light electric vehicle-, a perfect combination of bicycle and car, which can be used without a licence, circulate on cycle paths and be parked in bicycle and scooter spaces.

The service works via an application that allows you to reserve one of these vehicles at short notice and pay for the journey. Their drivers can use the streets and cycle lanes at speeds of up to 30km/h, with only pedestrian areas being off-limits. Once they reach their destination, the user leaves the vehicle on a bicycle spot, engages the hand brake and ends the ride in the application. A business model that is now very widespread, which takes over the system of the Vélib', Bird, Pick-e-bike etc...

The maintenance service checks the batteries' charge at all times ; they are replaced and recharged as soon as they fall below 40%.
Naturally, respect for the environment is the main objective of the start-up, in addition to relieving congestion in cities. Indeed, Enuu vehicles run on batteries that do not emit CO2.

From the beginning of 2019, Enuu has offered Biel-Bienne residents the opportunity to rent its electric carts. Today, the company has 110 vehicles on Zurich soil, soon to be followed by around 20 in Basel. And soon in Geneva?
As for the price, it costs 90 ct to unlock the vehicle and then 20 ct per minute of use.

NOUVEAU DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GENEVA INTERNATIONAL MOTOR SHOW

-/ NEW CEO OF THE GENEVA INTERNATIONAL MOTOR SHOW

LE CONSEIL DE FONDATION A NOMMÉ À L'UNANIMITÉ M. SANDRO MESQUITA EN TANT QUE NOUVEAU DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GIMS AU 1ER MAI 2020.

-/ THE FOUNDATION BOARD UNANIMOUSLY APPOINTED MR SANDRO MESQUITA AS THE NEW DIRECTOR GENERAL OF GIMS AS OF MAY 1ST, 2020.

Si en novembre 2019, Olivier Rihs annonçait quitter le GIMS pour le 31 mars 2020, rien ne laissait présager des circonstances exceptionnelles accompagnant son départ. En effet, suite à un arrêté du Conseil fédéral du 28 février 2020 pour endiguer la propagation de l'épidémie de coronavirus, la 90ème édition du GIMS n'a pas pu ouvrir ses portes, annulée à quelques jours de son inauguration. Maurice Turrettini, Président de la Fondation GIMS, remercie Olivier Rihs pour son grand engagement dans la préparation de cette édition et pendant les semaines difficiles du printemps 2020.

Sandro Mesquita prendra la direction du Geneva International Motor Show (GIMS) le 1er mai 2020. Il succède à Olivier Rihs, parti du GIMS à la fin du mois de mars.

Agé de 45 ans, Sandro Mesquita bénéficie d'une riche expérience dans les domaines du marketing et de la communication. Titulaire d'un Brevet Fédéral en Marketing et d'un Executive Master of Sciences in Communication Management de l'Université de Lugano, il a complété cette solide formation académique par un certificat en management à UCLA. Sandro Mesquita a passé une quinzaine d'années au sein d'entreprises nationales et internationales dans les secteurs des télécommunications et de l'énergie en tant que responsable du Marketing et du Business Development. En 2013, il a rejoint l'un des plus grands groupes internationaux de communication, pour lequel il a d'abord dirigé le bureau genevois d'une agence de conseil dans le domaine du branding avant de devenir directeur général du pôle de communications créatives de ce groupe à Lausanne.
Sa forte expérience dans le développement de nouvelles stratégies marketing pour des secteurs en profonde transformation ainsi que son esprit entrepreneurial associé à ses qualités de leader font de lui le candidat idéal pour le poste exigeant de directeur général du GIMS.

-/ Although Olivier Rihs announced in November 2019 that he would be leaving GIMS by March 31, 2020, no one could guess it'd be under exceptional circumstances. Indeed, following a Federal Council decree of February 28th, 2020 to curb the spread of the coronavirus epidemic, the 90th edition of the GIMS was unable to open its doors, having been cancelled a few days before its inauguration. Maurice Turrettini, President of the GIMS Foundation, thanks Olivier Rihs for his great commitment in preparing this edition and during the difficult weeks of spring 2020.

Sandro Mesquita will take over the direction of the Geneva International Motor Show (GIMS) on 1st May 2020. He is succeeding Olivier Rihs, who left GIMS at the end of March. Sandro Mesquita is 45 years old and has a wealth of experience in the fields of marketing and communication. Holder of a Federal Certificate in Marketing and an Executive Master of Sciences in Communication Management from the University of Lugano, he completed this solid academic training with a certificate in management at UCLA. Sandro Mesquita has spent 15 years working for national and international companies in the telecommunications and energy sectors as Marketing and Business Development Manager. In 2013, he joined one of the largest international communications groups, for which he first managed the Geneva office of a branding consultancy agency before becoming Managing Director of the group's creative communications division in Lausanne.
His strong experience in the development of new marketing strategies for sectors undergoing profound transformation and his entrepreneurial spirit combined with his leadership qualities make him the ideal candidate for the demanding position of Managing Director of GIMS.

Par Raphaël Klemm

LE SALON DE L'AUTO DEPUIS… VOTRE SALON

-/ GENEVA MOTOR SHOW IN YOUR LIVING ROOM.

COMME VOUS, NOUS NOUS RÉJOUISSIONS DE LA GRAND-MESSE DE L'AUTOMOBILE POUR Y DÉCOUVRIR LES NOUVELLES PROUESSES DES CONSTRUCTEURS. LE SORT EN AURA DÉCIDÉ AUTREMENT. PLAN B EN ACTION ! INSTALLEZ-VOUS CONFORTABLEMENT DANS VOTRE CANAPÉ ET LAISSEZ-NOUS VOUS PRÉSENTER QUELQUES NOUVEAUTÉS ALLÉCHANTES.

-/ LIKE YOU, WE WERE LOOKING FORWARD TO THE GREAT AUTOMOBILE SHOW, TO DISCOVER THE AUTOMAKERS' NEW FEATS. FATE WILL HAVE DECIDED OTHERWISE. PLAN B IN ACTION! GET COMFORTABLE IN YOUR SOFA AND LET US SHOW YOU SOME EXCITING NEW CAR MODELS.

CONCEPT I4 :
le luxe 100 % électrique façon BMW.

Après la citadine i3, BMW propose sa première berline électrique haut de gamme. Dotée de la technologie BMW eDrive de cinquième génération, la BMW Concept i4 affiche des performances stupéfiantes. Avec une autonomie allant jusqu'à 600 kilomètres, la voiture BMW électrique innovante établit de nouveaux records.
La BMW Concept i4, dont la production débutera en 2021, ouvre une nouvelle ère électrique pour les BMW Gran Coupé. La disposition claire des surfaces, une ligne de toit avec un hayon de caractère et la sculpture au modelé doux confèrent à la voiture une allure sportive et élégante, qui est renforcée par la teinte extérieure moderne Frozen Light Copper. Des lignes précises soulignent le potentiel dynamique exceptionnel de la motorisation 100 % électrique. Le poste de conduite de la BMW Concept i4 se présente de manière réduite et orientée vers le conducteur, avec le grand Curved Display comme unité d'affichage centrale. Parallèlement, l'habitacle, aménagé avec un toit ouvrant panoramique clair et ouvert, exprime parfaitement la sérénité et la souveraineté de l'électrification.A noter que le nouveau logo de l'écurie allemande, faisant la part belle à la transparence, a fait sa première apparition le 3 mars dernier sur la face avant et le volant du Concept i4.

-/ After the i3 city car, BMW offers its first high-end electric sedan. Featuring fifth-generation BMW eDrive technology, the BMW Concept i4 delivers stunning performance. With a range of up to 600 kilometres, the innovative BMW electric car sets new records.

The BMW Concept i4, which will go into production in 2021, ushers in a new electric era for the BMW Gran Coupé. The clear arrangement of the surfaces, a roof line with a characterful tailgate and the softly sculpted sculpture give the car a sporty and elegant appearance, which is enhanced by the modern exterior colour Frozen Light Copper.

Precise lines underline the exceptional dynamic potential of the all-electric engine. The BMW Concept i4's driver's workplace is presented in a reduced, driver-oriented design, with the large Curved Display as the central display unit. At the same time, the interior, with its clear, open panoramic sunroof, perfectly expresses the serenity and sovereignty of the electrification.
It should be noted that the new logo of the German team, emphasizing transparency, made its first appearance on March 3 on the front and steering wheel of the i4 Concept.

RANGE ROVER DEFENDER 2020, un grand (James) Bond en avant.

Si vous avez vu les trailers du très attendu « Mourir peut attendre », le nouveau James Bond, vous avez peut-être déjà remarqué la cascade impressionnante…
Puissance et stabilité, voilà les deux termes qui définissent sans doute le mieux le Defender, en plus de sa conception destinée à résister à des conditions extrêmes et à des chocs répétés. Formes cubiques, petites fenêtres, pare-brise droit, phares ronds dessinés par l'éclairage LED au cœur d'optiques carrés, capot bombé en son milieu et ponctué de plaques de métal : Land Rover a particulièrement bien placé le curseur entre tradition et modernité. Avec 2 mètres de larges hors rétroviseurs et 1,97 m de haut, ce Defender a tout de même pris une bonne dose de muscles. Deux longueurs sont disponibles : un "90" mesurant 4,32 m et un "110" mesurant 4,76 m. Sous son capot, un six-cylindres à hybridation légère 48V de 400 ch et un quatre-cylindres de 300 ch côté essence, tandis que deux diesel sont aussi de la partie. Un hybride rechargeable arrivera plus tard.

-/ If you've seen the trailers of the much-anticipated "No time to die", the new James Bond movie, you may have already noticed the impressive stunt performed on board Range Rover's newest opus, the Defender.
Power and stability are perhaps the two terms that best define the Defender, in addition to its design to withstand extreme conditions and repeated impacts.
Cubic shapes, small windows, a straight windscreen, round LED headlights with square headlights, a curved bonnet in the middle, punctuated by metal plates: Land Rover has particularly well placed the cursor between tradition and modernity.
With a width of 2 metres (excluding the rear-view mirrors) and a height of 1.97 metres, this Defender has nonetheless gained a good dose of muscle. Two lengths are available: a "90" measuring 4.32m and a "110" measuring 4.76m.

Under the hood is a 400 hp six-cylinder with 48V light hybrid and a 300 hp four-cylinder on the gasoline side, while two 200 and 240 hp diesel engines are also on board. A plug-in hybrid will arrive later.

MERCEDES CLASSE E, du style et du re-style

Lancée en 2016, la Mercedes Classe E a droit cette année à une grande séance de relooking.

De nouvelles optiques, entourant une calandre redessinée, apporte à l'ensemble une réelle touche moderne. A l'arrière, les feux sont plus étirés et débordent sur le hayon, donnant une impression de dynamisme supplémentaire.
A l'intérieur, on découvre un nouveau volant, ainsi que le système MBUX, inauguré sur la Mercedes Classe A.
Sous le capot aussi, les évolutions sont majeures. La gamme se compose d'une version essence (306 chevaux) et diesel (320 chevaux), tous deux hybrides rechargeables. Mais la grande nouveauté réside dans l'arrivée d'un quatre cylindres 2,0 litres essence développant 272 chevaux intégrant une hybridation légère. Quelques modifications ont également été apportées à la boîte robotisée à double embrayage 9G-Tronic.
hybride rechargeable arrivera plus tard.

-/ Launched in 2016, the Mercedes E-Class gets a major makeover this year.
New headlights, surrounded by a redesigned grille, give the car a truly modern look. At the rear, the taillights are more stretched and overflow onto the tailgate, giving an impression of extra dynamism.
Inside, a new steering wheel and the MBUX system, first introduced on the Mercedes A-Class, have been introduced.
Under the bonnet, major changes can be found too. The range consists of a petrol (306 hp) and diesel (320 hp) version, both rechargeable hybrids. But the big novelty lies in the arrival of a 2.0-litre four-cylinder petrol engine with 272 hp and a light hybridisation. A few modifications have also been made to the 9G-Tronic dual-clutch robotic transmission.

Par Raphaël Klemm

MOTOR VILLAGE, L'AUTOMOBILE… AVEC UN SUPPLÉMENT D'ÂME

-/ MOTOR VILLAGE, AUTOMOBILE...WITH A LITTLE EXTRA SOUL

PLAISIR DE LA CONDUITE, ÉCOLOGIE, SOLIDARITÉ, CONDITIONS ATTRACTIVES… COMMENT CONJUGUER CES ÉLÉMENTS CONTRADICTOIRES ? MOTOR VILLAGE NOUS SOUFFLE LA SOLUTION…

-/ DRIVING PLEASURE, ECOLOGY, SOLIDARITY, ATTRACTIVE CONDITIONS... HOW TO COMBINE THESE CONTRADICTORY ELEMENTS? MOTOR VILLAGE HAS THE ANSWER...

Non content de participer pleinement à la mutation verte du parc automobile, grâce à la mise en avant de modèles électriques de pointe, le célèbre concessionnaire FCA (Fiat, Abarth, Alfa Romeo et Jeep) Motor Village a su faire preuve d'une solidarité exemplaire avec ses clients et le corps médical dans son ensemble durant les semaines de tourmente dues au coronavirus.

En effet, clients ou pas, les professionnel(le)s de la santé du canton de Genève ont pu compter sur le soutien de l'équipe de Motor Village au moindre souci de mobilité (panne, accident) et se voir proposer une solution rapide à leur problème : véhicule réparé en urgence ou mise à disposition gratuite d'un véhicule en cas de besoin… Une initiative à saluer ! De plus, pour les clients ne souhaitant ou ne pouvant plus reporter l'achat d'un véhicule malgré la situation actuelle, les concessionnaires FCA ont mis en place des initiatives à la fois attrayantes et innovatrices, dans le respect de toutes les directives sanitaires liées au COVID-19.

Jeep Renegade et Compass 4xe « First Edition »: les nouveaux modèles hybrides rechargeables (PHEV) de Jeep à découvrir

Fidèle à sa passion pour l'aventure, la sortie des sentiers battus et le dépassement des obstacles, la marque Jeep ouvre la voie au futur de la mobilité via l'évolution électrique de ses SUV récompensés.

À partir de maintenant, les nouvelles Jeep Renegade et Jeep Compass 4xe se dévoilent à travers un aperçu proposé sur un site web dédié, en amont de leur commercialisation au cours de l'année.

La « First Edition » exclusive, pleine d'équipements et de fonctionnalités, représente les premiers pas en Europe sur la voie d'une électrification sans compromis. Cette solution hybride complète s'appuie sur les caractéristiques techniques inégalées des SUV Jeep, transformant la Jeep Renegade et la Jeep Compass en véhicules offrant une liberté totale. Leurs capacités ont été améliorées grâce à des technologies de pointe, combinant une performance accrue de 177 kW (240 ch), une meilleure sécurité (traction 4x4 toujours disponible) et un faible impact environnemental (jusqu'à 50 km d'autonomie en mode purement électrique et moins de 50 g/km de CO2 en mode hybride).

Les modèles Jeep Renegade et Compass 4xe First Edition incluront une garantie de 5 ans du véhicule et 8 ans pour la batterie. Ces derniers seront proposés à travers une offre de lancement comprenant des solutions de recharge domestique.

L'électrification est au coeur du concept d'«e-mobilité» de la marque, dont les piliers sont l'efficience, la performance et la responsabilité. Les nouveaux modèles Jeep 4xe offrent une expérience de conduite efficiente, écologique et sensationnelle en ville comme hors des sentiers battus, venant renforcer les valeurs de liberté, d'aventure, d'authenticité et de passion qui sont depuis toujours au coeur de l'ADN de la marque.

Actions commerciales attrayantes

Pour certains véhicules des marques FCA disponibles en stock, vous pouvez bénéficier d'un leasing de 48 mois à un taux d'intérêt particulièrement bas, **sans acompte obligatoire et avec la possibilité de commencer à payer à partir de 2021**. Par exemple, vous ne paierez que 8 CHF par jour pour une Fiat 500 Star Edition pleinement équipée, même si la première mensualité tombe en 2021. C'est moins qu'une carte journalière multizone de transports publics en Suisse !

Mesures de santé

La santé des clients a la priorité absolue : dans le cadre de la crise du COVID-19, les concessionnaires FCA veillent au respect des normes sanitaires les plus strictes (selon les spécifications OFSP/SECO) afin de protéger à la fois leurs clients et leurs employés. Un soin particulier est apporté à la préparation des véhicules d'essai comme à ceux que vous confiez à Motor Village pour un entretien ou une réparation.

www.motorvillage.ch
www.jeep.ch/fr/4xe-hybride

-/ Besides participating actively in the green transformation of the car fleet, by promoting state-of-the-art electric models, the famous FCA dealer (Fiat, Abarth, Alfa Romeo and Jeep) Motor Village has shown exemplary solidarity with its customers and the medical profession as a whole during the weeks of turmoil caused by the coronavirus.

Indeed, customers or not, health professionals in the canton of Geneva were able to count on the support of the Motor Village team for any mobility issue (breakdown, accident) and were offered a quick solution to their problem: their vehicle was repaired in emergency or they were provided with a vehicle in case they needed one, free of charge... A commendable initiative!

In addition, for customers who no longer wish or are unable to postpone the purchase of a vehicle despite the current situation, FCA dealerships have put in place initiatives that are both attractive and innovative, in compliance with all health directives related to COVID-19.

Jeep Renegade and Compass 4xe "First Edition": Jeep's new Plug-In Hybrid (PHEV) models to discover

True to its passion for adventure, getting off the beaten path and overcoming obstacles, the Jeep brand is leading the way to the future of mobility through the electric evolution of its award-winning SUVs. From now on, the new Jeep Renegade and Jeep Compass 4xe will be unveiled through a preview on a dedicated website, ahead of their release later this year.

The exclusive, feature-packed and well-equipped "First Edition" represents the first steps in Europe on the road to uncompromising electrification. This full hybrid solution builds on the unmatched technical features of Jeep SUVs, transforming the Jeep Renegade and Jeep Compass into vehicles that offer total freedom. Their capabilities have been enhanced by advanced technologies, combining increased performance of 177 kW (240 hp), improved safety (4x4 traction always available) and low environmental impact (up to 50 km range in pure electric mode and less than 50 g/km of CO2 in hybrid mode).

Jeep Renegade and Compass 4 Axis First Edition models will include a 5-year vehicle warranty and 8-year battery warranty. The latter will be offered through an introductory offering that includes home recharging solutions. Electrification is at the heart of the brand's "e-mobility" concept, the pillars of which are efficiency, performance and responsibility.

The new Jeep 4xe models offer an efficient, environmentally friendly and exciting driving experience in the city and off the beaten track, reinforcing the values of freedom, adventure, authenticity and passion that have always been at the heart of the brand's DNA.

Attractive commercial actions

***-/** For certain FCA vehicles available in stock, you can benefit from a 48-month lease at a particularly low interest rate, with no mandatory down payment and with the possibility of starting to pay from 2021. For example, you will only pay CHF 8 per day for a fully equipped Fiat 500 Star Edition, even if the first monthly payment is due in 2021. That's less than a multi-zone public transport day ticket in Switzerland!*

Health measures

Customer health has top priority: in the context of the COVID-19 crisis, FCA dealers ensure compliance with the strictest health standards (according to FOPH/SECO specifications) in order to protect both their customers and their employees. Special care is taken in the preparation of test vehicles as well as those you entrust to Motor Village for maintenance or repair.

Professional customer service during the containment period - car@home

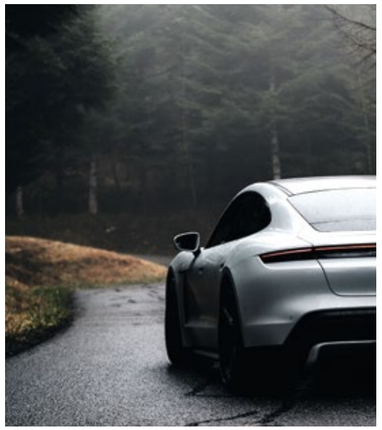
Thanks to the digital car@home tool, FCA dealers have kept selling during the containment period and will continue to do so: customers can take advantage of a video consultation broadcast by their FCA dealer to learn about their dream vehicle - safely from the comfort of their own home. All they have to do is fill out a questionnaire on the FCA website; depending on their wishes, they will receive an invitation to a contactless test drive or an appointment.

Par Sacha Prost

PORSCHE TAYCAN TURBO

SI EN 1977 GEORGE LUCAS AVAIT DÛ IMAGINER UN VÉHICULE POUR SES STORMTROOPERS, LE VOICI ENFIN. LA NOUVELLE PORSCHE TAYCAN POSSÈDE NÉANMOINS UNE AURA BIEN À ELLE, SOUS SES FORMES ÉPURÉES ET MODERNES SE CACHE UNE NOUVELLE TECHNOLOGIE DÉMONIAQUE QUI NE DÉSHONORE PAS LE BLASON DE STUTTGART ORNANT SON CAPOT.

-/ IF GEORGE LUCAS HAD TO IMAGINE A VEHICLE FOR HIS STORMTROOPERS BACK IN 1977, HERE IT IS FINALLY. THE NEW PORSCHE TAYCAN NEVERTHELESS HAS ITS OWN AURA, WITHIN ITS SLEEK AND MODERN FORMS HIDES A NEW DEMONIC TECHNOLOGY WHICH HONOURS THE SHIELD FROM STUTTGART ADORNING ITS HOOD.



C'est vrai, j'ai pris la fâcheuse habitude de ne conduire « presque » que des anciennes. Je ne vais pas m'en plaindre, mais cela ne signifie pas que je n'ai pas une passion certaine pour l'automobile au sens large. Soyons honnête, lorsque la voiture vient de chez Porsche, c'est souvent bon signe et quitte à faire « moderne », autant tabler sur l'électrique, d'une pierre deux coups.

Je n'ai jamais douté de l'électrique, en tout cas pas au niveau des performances. J'ai eu la chance d'assister à l'évolution de de cette technologie en course, aux premières loges, avec la Renault e.dams en formule e. J'ai vu une des plus belle victoires de mon frère dans une voiture avec batterie. Je suis fan. Mais pour la route, j'ai jusqu'à ce jour préconisé les flat 6 refroidis par air. Mais ça, c'était avant, comme dirait l'autre.

Au royaume de George Lucas on est prudent. On rentre dans cet habitacle avec une seule question en tête: Est-ce bien une Porsche ? C'est marrant, comme si le simple fait qu'une voiture fasse usage d'une motorisation différente puisse subitement remettre en cause son appartenance à cette marque légendaire. Je vous rassure, en s'installant simplement au volant, on ne doute plus qu'il s'agit bien d'une Porsche. L'habitacle est magnifiquement conçu et ce qui me satisfait le plus, c'est le sens du « cosy » que les designers de Porsche ont su conserver. Je suis partisan des grosses commodes centrales, les boutons et pour le coup cette fois-ci je trouve intéressant la manière dont les écrans ont été utilisés. Il y en a partout, il faut s'habituer, mais 15 minutes immobile sur le bord de la route pour s'assurer d'avoir mis la bonne chanson des Stones et c'est parti.

Je parle de musique car la Taycan a deux choses qui peuvent surprendre. La première, son bruit. Oui, son bruit. Un bruit artificiel, certes, mais croyez-moi celui de la C63 du coco au feu rouge aussi.

En marchant à côté, on pourrait croire entendre un véhicule réellement venu de l'espace. Là est le génie de Porsche. C'est un nouveau bruit. Pas une imitation même s'il nous rappelle un ronron familier. D'ailleurs, Dieu merci, il y a un bruit. Je ne vous parle pas de l'angoisse d'être propulsé (au-dessus de la limite de vitesse) sans entendre le moteur peiner un seul instant! On se croirait projeté d'une planète à l'autre à la conquête d'un nouveau monde.

La deuxième surprise sonore, c'est le sound système Burmester. L'habitacle semble être conçu pour encaisser la basse surpuissante. Et pas un bruit de structure, de joint qui tremble, rien, c'est parfait! Gimme Shelter à fond sur le quai Wilson et en route pour le Salève! Il est temps de trouver une « vraie » route.

J'étais impatient d'emmener ce jeune cheval vif (traduction de Taycan en Turc) sur un parcours sinueux à la topographie mixte.

Il y a trois itinéraires pour gravir le Salève, mais il n'y en a qu'un qui vaille la peine. C'est donc à la sortie du village français du coin et à travers une forêt nappée de brouillard que je laisse le jeune cheval vif galoper.

Côté performance, le seul bémol de l'électrique à ce jour est le poids substantiel des batteries. Effectivement, cette Taycan Turbo pèse 2.3 tonnes et j'ai hâte

-/ It's true, I got into the annoying habit of driving "almost" only old cars. I'm not going to complain, but that doesn't mean that I don't have a passion for the automobile in general. Let's be honest, when the car is a Porsche, it is often a good sign and, if we're going to go for a "modern" car, might as well try an electric one, that's two birds with one stone.

I never doubted the electric, at least not in terms of performance. I was fortunate to witness the evolution of this technology in racing, at the forefront, with the Renault e.dams in formula e. I saw one of my brother's most beautiful victories in a battery-powered car. I'm a fan. But for the road, I have so far recommended the air-cooled flat 6. But that was before, as the other said.

In George Lucas' kingdom, one must be careful. We enter this cabin with only one question in mind: Is that really a Porsche? *It's funny, as if the simple fact that a car uses a different engine could suddenly jeopardize its belonging to this legendary brand. Put your mind at ease, by simply getting behind the wheel, there's no doubt remaining that it is indeed a Porsche.*

The interior is beautifully designed and what satisfies me most is the sense of "cozy" that the designers at Porsche have retained. I am in favor of the large central armrests, the buttons and this time I find the screens were used in an interesting way. They're everywhere, you have to get used to it, but after 15 minutes on the side of the road to make sure you chose the right Rolling Stones' song, it's a go!

I'm talking about music because the Taycan has two things that will surprise you. *The first is its noise. Yes, its noise. An artificial noise, certainly, but believe me, that of braggy Joe's C63 at the red light is too.*

Walking next to it, you could think of hearing a vehicle actually coming from space. *Therein lies the genius of Porsche. It's a new noise. Not an imitation, even if it reminds us of a familiar purr.*
Besides, thank God, there is a noise. I'm not talking about the anxiety of being propelled (above the speed limit) without hearing the engine struggling for a single second! It feels like you are being thrown from one planet to another to conquer a new world.

The second sound surprise comes from the Burmester sound system. The cabin seems to be designed to take overpowering bass. And you won't hear a sound from the structure, no vibrating joints, nothing, it's perfect!
Gimme Shelter out loud on quai Wilson, and let's head to the Salève! It is time to find a "real" road.

I was impatient to take this lively young horse (translation from Taycan to Turkish) on a winding course with mixed topography.
There are three routes to climb the Salève, but only one is worthwhile. It is therefore at the exit of a french village and through a forest covered with fog that I let the young lively horse gallop.

When it comes to performance, the only downside of the electric to date is the substantial weight of the batteries. Indeed, this Taycan Turbo weighs 2.3 tons

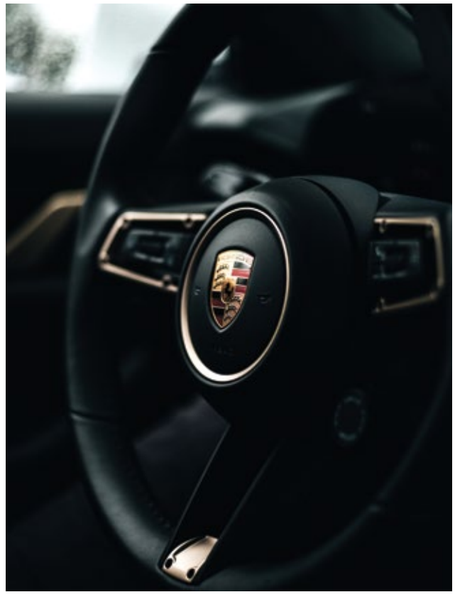
de tester son freinage. Je vous rassure, même avec une petite accélération osée sur le quai du Mont-Blanc, vous ne vous retrouverez pas dans la vitrine de Bucherer, son comportement en conduite normale est impeccable.

Le couple est immédiat, le châssis est remarquablement bien équilibré et pour l'instant ça freine. Il faut y aller franchement, mais on s'arrête. La taille des étriers et son système dynamique de freinage y sont pour beaucoup, mais il faut quand même s'habituer. Le manque de freinage moteur peut surprendre, mais cela ne tient pour moi qu'à un apprivoisement de la monture. Ceci mis à part, le Taycan, qu'on le veuille ou non, me rappelle une certaine 930 Turbo, aussi fougueuse et nouvelle à son époque que notre star du jour. Vous avez entendu parler du fameux « Widowmaker » turbo lag? Là c'est pareil, sauf que le pic du turbo kick à sept mille tours se fait quasi instantanément sur la 930.

C'est pour cela que je le répète, il s'agit résolument d'une Porsche, avec toute ses émotions et son agressivité. Le Taycan propose 100% de l'ADN de ses sœurs dans un package entièrement neuf et inédit.

Certains se demandent probablement quel usage ils pourraient avoir de ce véhicule... En soi, l'électrique répond déjà aux problématiques de la pollution en ville et de la consommation d'essence. Bien qu'il soit facile de dire que ce véhicule ne remplace rien mais vient compléter une gamme, il est vrai que le Taycan va faire frémir certains modèles phares de la marque et de ses concurrents. Car pour le coup, c'est beau, ça peut être pratique mais c'est avant tout un plaisir à conduire si on est ouvert au progrès.

Le petit plus: Son launch control ultra facile à enclencher, 1.9 G à chaque feu rouge. À vous maintenant de faire votre recherche sur les propriétés techniques.



and I can't wait to test its braking. Let me reassure you, even with a daring acceleration on the Mont-Blanc quay, you will not find yourself in Bucherer's window, its behavior in normal driving is impeccable.

The torque is immediate, *the chassis is remarkably well balanced and - so far – it slows down. You have to brake all the way, but you stop. The size of the calipers and its dynamic braking system have a lot to do with it, but you still have to get used to it. The lack of engine braking may come as a surprise, but for me it's only about taming the beast. Aside from that, the Taycan, like it or not, reminds me of a certain 930 Turbo, as fiery and new in its day as our star of the day. Have you heard about the famous "Widowmaker" turbo lag? It is the same here, except that the peak of the turbo kick at seven thousand laps is almost instantaneous on the 930.*

This is why, if I may repeat myself, that is undoubtedly a Porsche, with all its emotions and its aggressiveness. The Taycan offers 100% of its sisters' DNA in a completely new and unique package.

Some are probably wondering what use they could have for this vehicle ... In itself, the electric already responds to the problems of urban pollution and fuel consumption. Although it is easy to say that this vehicle does not replace anything but completes a range, it is true that the Taycan will make certain flagship models of the brand and its competitors look pale in comparison.
Because firstly, it's beautiful, it can be practical, but above all it is a huge pleasure to drive if you are open to progress.

The little extra: *Its launch control ultra easy to engage, 1.9 G under the pedal. Now it's up to you to do your research on the technical properties.*

COTE MAGAZINE ESCAPE

VILLA MARIE, COMME UN AIR DE RIVIERA **- SIX SENSES** RESIDENCES CRANS-MONTANA **- LE TOURISME SPATIAL,** TUTOYER LES ÉTOILES

American actor Paul Newman, circa 1958.

Par Raphaël Klemm

VILLA MARIE,
COMME UN AIR DE RIVIERA

-/ VILLA MARIE, SMELLS LIKE RIVIERA SPIRIT

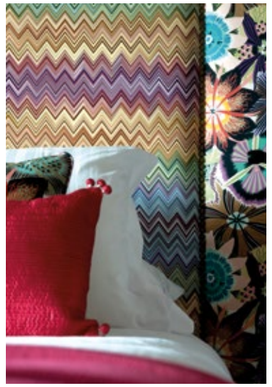
NICHÉE AU MILIEU D'UNE PINÈDE DE 3 HECTARES DE PINS PARASOLS, SURPLOMBANT LA MYTHIQUE BAIE DE PAMPELONNE, VILLA MARIE EST UNE BÂTISSE DISTINGUÉE, AUX ALLURES DE VILLA ITALIENNE ET À L'AMBIANCE COLORÉE.

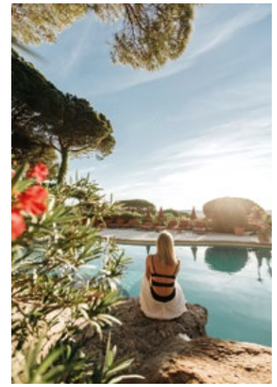
-/ NESTLED IN THE MIDDLE OF A 3-HECTARE PINE FOREST, OVERLOOKING THE MYTHICAL BAY OF PAMPELONNE, VILLA MARIE IS A DISTINGUISHED BUILDING WITH THE LOOK AND FEEL OF AN ITALIAN VILLA AND A COLOURFUL ATMOSPHERE.

Les tonalités lumineuses de l'ocre sublimées par l'intensité bleue du ciel, des tuiles romaines, des arcades et balcons en fer forgé : ici, l'architecture a un caractère résolument méridional.
Au cœur de cette luxuriante oasis, hors d'atteinte de la frénésie côtière, il fait bon flâner entre allées et jardins rafraîchis de bassins, ponctués de patios et de terrasses... Richesse de couleurs et subtilité des senteurs caractérisent les jardins : aquatique, exotique, agrumes, palmiers, cactus, herbes aromatiques, vignes... La piscine lagon, aux tonalités céladon et émeraude, sinue avec grâce dans un enrochement naturel, avec pour horizon le ciel et la grande bleue.
Un bar, nacré de coquillages, une terrasse qui fait salon façon Riviera, une serre en ferronnerie sont autant d'invitations à voyager.

-/ The luminous tones of ochre sublimated by the blue intensity of the sky, Roman tiles, wrought iron arcades and balconies: here, the architecture has a resolutely southern character.
In the heart of this luxuriant oasis, out of reach of the coastal frenzy, it feels good to stroll between alleys and gardens refreshed by ponds, punctuated by patios and terraces ... Rich colours and subtle scents typify the gardens: aquatic, exotic, citrus fruits, palm trees, cacti, aromatic herbs, vines... The lagoon swimming pool, in shades of celadon and emerald, meanders gracefully through a natural rocky outcrop, with the sky and the deep blue on the horizon.
A bar, pearly with shells, a terrace that serves as a Riviera-style lounge, a wrought-iron greenhouse are as many invitations to travel.

Villa Marie
1100 chemin de Val de Rian - 83350 Saint-Tropez - France
+33 (0)4 94 97 40 22 . contact@vm-sainttropez.com
www.villamarie.fr





DOLCE VITA
Le restaurant, luxueusement niché dans les jardins en dénivelé et aux senteurs provençales, se distingue par son style et son élégance.
L'univers du Dolce Vita se présente dans une version serre très à l'italienne lookée noir et blanc avec une tonalité corail. La terrasse, toute en intimité, offre un panorama éblouissant. On y goûte une cuisine de poissons, coquillages et crustacés, moderne et subtile qui met le produit en avant avec talent. Les saveurs méditerranéennes, leurs parfums et les couleurs y sont à l'honneur : Soupe de poissons du Golfe servie selon la tradition, Loup cru en fines tranches marinées, citron de Menton, Saint- Pierre cuit sur la peau, fenouil confit à l'orange et safran, Daurade royale, tian de légumes confits et courgettes de Nice à la brousse...

HAVRE DE PAIX AUX ALLURES ITALIENNES
Les 45 chambres et suites, qui bénéficient pour la plupart du concept innovant de baignoire boudoir, ont un caractère bien trempé : vasques en pierre de Cassis, lit à baldaquin pour certaines, tête de lit personnalisée pour d'autres...

BEACH, PRAY, LOVE
À l'écart dans un pavillon discret, le Spa Pure Altitude invite à vivre des moments de profonde détente dans un décor harmonieux, paré de coquillages et de tonalités turquoise. Au gré de soins spécifiques ou d'enveloppements réparateurs, ces parenthèses de bien-être uniques sont ici favorisées par les effluves divines de pin, de rose et de jasmin. À Villa Marie, la magie du lieu et son atmosphère unique contribuent à faire oublier le temps.

-/ DOLCE VITA
The restaurant, luxuriously nestled in the sloping gardens with its Provençal scents, is remarkable for its style and elegance.
The world of Dolce Vita is presented in a very Italian greenhouse version with a black and white look and a coral tonality. The terrace, with its intimate atmosphere, offers a dazzling panorama.
Here you can enjoy a modern and subtle cuisine based on fish, shellfish and crustaceans that showcases the product with talent. The Mediterranean flavors, their scents and colors are in the spotlight: Gulf fish soup served according to tradition, raw sea bass in thin marinated slices, lemon of Menton, St. Pierre cooked on its skin, candied fennel with orange and saffron, sea bream, tian of candied vegetables and zucchini from Nice à la brousse...

A HAVEN OF PEACE, ITALIAN-STYLE
The 45 rooms and suites, most of which benefit from the innovative boudoir bath concept, have a strong character: Cassis stone basins, canopy bed for some, custom-made headboard for others...

BEACH, PRAY, LOVE
Secluded in a discreet pavilion, the Pure Altitude Spa invites you to experience moments of deep relaxation in a harmonious décor adorned with shells and turquoise tones. With specific treatments or restorative wraps, these unique moments of well-being are enhanced by the divine scents of pine, rose and jasmine.
Villa Marie's magic and its unique atmosphere will make you forget about time.

Par Victoria Javet

SIX SENSES RESIDENCES CRANS-MONTANA, LE NOUVEAU STANDARD DU LUXE

-/ SIX SENSES RESIDENCES CRANS-MONTANA, SETTING A NEW STANDARD IN LUXURY

L'HÉBERGEMENT DANS LES ALPES ATTEINT DE NOUVEAUX SOMMETS À CRANS-MONTANA, GRÂCE À CE COCON EXCLUSIF SKI-IN, SKI-OUT SIGNÉ SIX SENSES.

-/ ACCOMMODATION IN THE ALPS REACHES NEW HEIGHTS IN CRANS-MONTANA, THANKS TO THIS EXCLUSIVE SKI-IN, SKI-OUT COCOON SIGNED SIX SENSES.

Installé au pied des pistes et à proximité du village, le domaine des Six Senses Residences Crans-Montana mise sur le bien-être et la démarche éco responsable.
Chaque propriétaire ou hôte pourra bénéficier de tous les privilèges qui accompagnent un établissement Six Senses, qui définit un nouvel étalon en matière de luxe dans la région.

-/ Nestled at the foot of the slopes and close to the village, the Six Senses Residences Crans-Montana is committed to well-being and eco-responsibility.
Every owner or guest will be able to enjoy all the privileges that come with a Six Senses home.

www.sixsenses.com

Entrance

Ski Lounge

Room

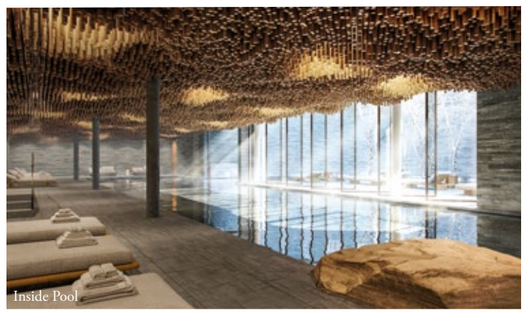
Living-room

Spa

Ce projet a été conçu de manière à se fondre harmonieusement dans son environnement, offrant aux résidents et aux invités une vue imprenable sur la nature en plus d'être l'endroit idéal pour vivre une expérience qui dépasse toutes les attentes grâce à une qualité de service exceptionnelle.

Le complexe offre 47 chambres et suites ainsi que 17 appartements résidentiels Six Senses, disponibles à l'achat. Au sein de l'espace, deux restaurants sont prévus, une somptueuse terrasse dominant les Alpes, un bar et pour les férus du shopping, quelques boutiques. Les offres de bien-être de la résidence se déclinent sous la forme d'un spa de 2 000 mètres carrés, d'un centre de remise en forme et une salle de sports, une piscine et un bar à jus.

On pourra également découvrir une grande terrasse sur le toit avec un jardin bio offrant bien des surprises. Le Spa Six Senses, dédié uniquement aux résidents et clients du complexe, est le plus grand spa jamais installé au pied des pistes des Alpes suisses tout en préservant des espaces intimistes. Il se révèle avec deux piscines, une intérieure, l'autre extérieure, un hammam et un sauna proposant un large choix d'expériences sans oublier une salle d'inhalation sèche. Une large gamme de soins signée Six Senses et d'inspiration locale sera proposée en plus d'un programme complet de bien-être. A découvrir sans modération.


Inside Pool

-/ Six Senses Crans-Montana, which sets a new standard for luxury in the region, has been built to blend harmoniously with its surroundings, providing residents and guests with stunning views of nature and is the ideal place to live an experience that exceeds all expectations thanks to an exceptional quality of service.

Resort accommodations include 47 guest rooms and suites, with 17 Six Senses residential units available for purchase. Two restaurants are planned as well as a sumptuous terrace overlooking the Alps, a bar and few boutiques for the shopping enthusiasts. Wellness offerings at the resort include a 22,000 square foot (2,000 square meter) spa, fitness center and activity studio, pool and Juice Bar. There is also a large rooftop terrace with an organic garden offering many surprises.
The Six Senses Spa, dedicated solely to the residents and clients of the complex, is the largest piste-side spa in the Swiss Alps (equivalent to half a football pitch).

The spa will feature indoor and outdoor swimming pools, a Hammam, different sauna experiences and a dry inhalation room.

A wide range of Six Senses signature and locally inspired treatments will be on offer alongside a comprehensive wellness programming. To discover without moderation.

Par Raphaël Klemm

LE TOURISME SPATIAL, TUTOYER LES ÉTOILES

-/ SPACE TOURISM, PLAY AMONG THE STARS

TOUT D'ABORD, QU'EST-CE QUE LE TOURISME SPATIAL EXACTEMENT ? C'EST L'ACTIVITÉ TOURISTIQUE QUI REGROUPE L'ENSEMBLE DES EXPÉRIENCES, ENTRAÎNEMENTS, VOLS À SENSATIONS, QUI PERMETTENT À DES PERSONNES DE SE RENDRE DANS L'ESPACE POUR DES MOTIFS NON PROFESSIONNELS.

-/ FIRST OF ALL, WHAT EXACTLY IS SPACE TOURISM? IT REFERS TO THE TOURIST ACTIVITY THAT INCLUDES ALL THE EXPERIENCES, TRAINING, SENSATION FLIGHTS, WHICH ALLOW PEOPLE TO GO INTO SPACE FOR NON-PROFESSIONAL REASONS.

©Virgin Galactic.

Pour atteindre l'espace selon cette définition, il faut se rendre au-delà de la ligne de Karman, qui définit la limite supérieure de l'atmosphère terrestre pour la fédération aéronautique internationale. Elle s'étend, suivant les normes internationales, à 100 km (62,5 miles) au-dessus de la surface de la terre, à 80 km (50 miles) selon les Américains.

A ce jour, 7 multimillionnaires ont obtenu le statut de « touriste spatial » ou plus précisément de « participant à un vol spatial ».
En effet, de 2001 à 2009, 6 hommes et 1 femme ont déboursé entre 20 et 35 millions USD pour s'offrir le luxe d'un séjour d'une dizaine de jours à bord de la station spatiale internationale, l'ISS. Depuis 2009, il n'y a plus eu aucune place disponible sur les vols spatiaux russes, à ce jour les seuls vols orbitaux ayant été ouverts aux touristes.

Roskosmos, l'agence spatiale russe, sera bientôt en mesure de prendre à nouveaux des touristes spatiaux à bord de fusées Soyouz. La 8ème personne à partir dans l'espace, a priori fin 2021 serait une femme allemande, commandant de bord sur Boeing 777.

-/ To reach space according to this definition, one has to go beyond the Karman line, which defines the upper limit of the Earth's atmosphere for the International Aeronautical Federation.
It extends, by international standards, to 100 km (62.5 miles) above the earth's surface, 80 km (50 miles) according to the Americans.
To date, 7 multimillionaires have obtained the status of "space tourist" or, more precisely, "participant in a space flight". *Indeed, from 2001 to 2009, 6 men and 1 woman spent between 20 and 35 million USD to afford the luxury of a ten-day stay on board the International Space Station, the ISS. Since 2009, there have been no more places available on Russian space flights, to date the only orbital flights that have been open to tourists.*
Roskosmos, the Russian space agency, will soon be able to take space tourists aboard Soyuz rockets again. The 8th person to go into space, purportedly at the end of 2021, would be a German woman, captain on a Boeing 777.

LES MILLIARDAIRES À LA RESCOUSSE

Comme on le voit, le voyage dans l'espace a été jusqu'à aujourd'hui réservé aux astronautes professionnels et au 1% du 1% des plus riches.
Cependant, les choses risquent de changer en 2020, grâce à l'essor du tourisme spatial suborbital.

Virgin Galactic, fondée par le milliardaire Sir Richard Branson propose des vols suborbitaux, à bord d'un avion fusée du nom de SpaceShipTwo (6 places + 2 pilotes), qui sera largué à 15km d'altitude par son avion porteur WhiteKnightTwo. La durée de vol prévue sera de 2-3 heures au total pour une période d'apesanteur de 4 à 5 minutes.

Prix d'un billet pour l'espace : 250'000 US$.
Avec plus de 600 billets déjà vendu à ce jour, les nouvelles réservations sont pour l'instant bloquées jusqu'à ce que les premiers touristes spatiaux aient pu voler, après plus de 10 ans d'attente.

Blue Origin, fondée par le milliardaire Jeff Bezos proposera des vols suborbitaux, à bord d'une fusée New Shepard (6 places) qui décollera à la verticale, tout comme les fusées de Youri Gagarine ou de Neil Armstrong, pour atteindre et dépasser la ligne de Karman, offrant une période d'apesanteur de 4 à 5 minutes, suivies d'une chute libre de la capsule qui sera freinée par des parachutes. Il s'agira de l'expérience se rapprochant le plus de celle vécue par les astronautes des missions Apollo, Gemini et Mercury, ou des cosmonautes volant à bord des fusées Soyouz.

SpaceX, fondée par le milliardaire Elon Musk proposera des vols touristiques autour de la Lune, dont le vol initial est prévu vers 2023 avec le milliardaire japonais Yusaku Maezawa, qui prendra avec lui 6-8 artistes afin de l'accompagner dans ce voyage extraordinaire.
Prix du billet : Environ 100 millions de dollars !
De même, grâce à son vaisseau Dragon, il proposera d'amener les équipages américains devant rejoindre la station spatiale internationale et bientôt, en y incluant des touristes spatiaux qui pourront s'y joindre moyennant contribution financière.

©Blue Origin

-/ BILLIONAIRES TO THE RESCUE

As can be seen, space travel has until now been reserved for professional astronauts and the richest 1% of the population. However, this is likely to change in 2020, thanks to the boom in suborbital space tourism.

Virgin Galactic, founded by billionaire Sir Richard Branson, *offers suborbital flights, aboard a rocket plane called SpaceShipTwo (6 seats + 2 pilots), which will be launched at an altitude of 15km by its carrier plane WhiteKnightTwo. The planned flight time will be 2-3 hours in total for a weightlessness period of 4 to 5 minutes.*
Price of a ticket to space: US$250,000. With more than 600 tickets already sold to date, new bookings are currently blocked until the first space tourists have been able to fly, after more than 10 years of waiting.

Blue Origin, founded by billionaire Jeff Bezos, *will offer suborbital flights, aboard a New Shepard rocket (6 seats) which will take off vertically, just like the rockets of Youri Gagarin or Neil Armstrong, to reach and pass the Karman line, offering a period of weightlessness of 4 to 5 minutes, followed by a free fall of the capsule which will be slowed down by parachutes. This will be the closest experience to that of the astronauts on the Apollo, Gemini and Mercury missions, or cosmonauts flying on Soyuz rockets.*

SpaceX, founded by billionaire Elon Musk, *will offer tourist flights around the Moon. The initial flight is scheduled for around 2023 with Japanese billionaire Yusaku Maezawa, who will take 6-8 artists with him on this extraordinary journey. Ticket price: Approximately $100 millions! Also, thanks to his Dragon ship, he will offer to transport the American crews due to join the International Space Station, and soon, including space tourists who will be able to join them for a financial contribution.*

Les buts de l'Association sont nombreux : Soutenir la recherche scientifique dans le domaine spatial, rendre ses membres attentifs à la question environnementale, promouvoir le tourisme spatial dans le monde et l'accès à l'espace au plus grand nombre de ses membres actifs.

La transmission des connaissances acquises en matière de tourisme spatial est également au centre de ses préoccupations.

Alors, si cela vous parle, lancez-vous !

www.swiss-space-tourism.ch.

Boris Otter reproduisant en apesanteur le vol de Superman, à bord de l'Ilyushin-76 MDK, avril 2016.

Boris Otter dans la centrifugeuse TFS-7. Photo copyright by l'Illustré, photograph Blaise Kormann, avril 2019.

Boris Otter à la Cité des Etoiles, portant la combinaison de vol spatial Sokol devant le simulateur Soyouz.
Photo copyright by l'Illustré, photograph Blaise Kormann, Avril 2019

-/ SWISS SPACE TOURISM, AIMING FOR THE STARS!

The aims of the Association are numerous: to support scientific research in the space field, to make its members attentive to environmental issues, to promote space tourism in the world and access to space for the largest number of active members. The transmission of the knowledge acquired in space tourism is also at the centre of its concerns.

So, if that appeals to you, go for it!

www.swiss-space-tourism.ch.

BORIS OTTER, PRÉSIDENT DE SWISS SPACE TOURISM.

Boris Otter est un pilote passionné d'aviation et d'espace depuis ses 12 ans. Il a obtenu ses licences de pilote de ligne "frozen" chez Crossair, de pilote privé d'hélicoptère, de pilote d'hydravion, de pilote d'autogire. Tout ce qui vole, en somme…
Il a une expérience de vol sur des planeurs, sur un chasseur russe Sukhoï-27 Flanker, sur un jet d'entraînement Let-39 et 10 paraboles en apesanteur lors d'un vol Zéro-G en Ilyushin-76 MDK.

En plus d'une triple formation de touriste spatial suivie en 2016, 2018 et 2019 à la Cité des Etoiles de Moscou, il travaille comme pilote simulateur freelance chez Skyguide dans le cadre de la formation des contrôleurs aériens.

-/ BORIS OTTER, PRESIDENT OF SWISS SPACE TOURISM.

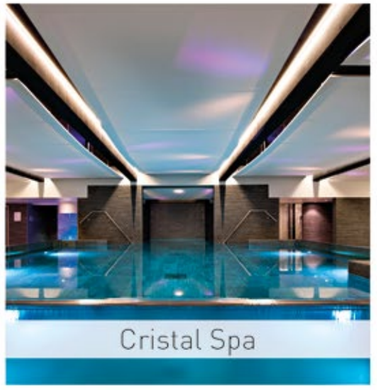
Boris Otter has been a passionate aviation and space pilot since he was 12 years old. He obtained his licences as a "frozen" airline pilot at Crossair, as a private helicopter pilot, as a seaplane pilot and as a gyrocopter pilot. Anything that flies, in a nutshell...

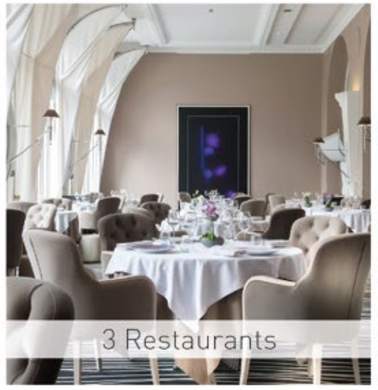
He has flight experience on gliders, on a Russian Sukhoi-27 Flanker fighter, on a Let-39 training jet and 10 parabolas in weightlessness during a Zero-G flight in Ilyushin-76 MDK.

In addition to a three-fold space tourist training at the Star City in Moscow in 2016, 2018 and 2019, he works as a freelance simulator pilot at Skyguide in the context of air traffic controller training.

La nature nous a donné le décor
Nous en avons fait un lieu unique

104 Chambres & Suites


Cristal Spa


3 Restaurants

Photos : © EGC Studio, Ludovic di Orio, Frédéric Everaert

IMPERIAL PALACE
Annecy France

hotel-imperialpalace.fr
+33 (0) 4 50 09 30 00 . info@imperialpalace.fr

Romy Schneider portant Un tailleur en tweed Chanel, Orly, 1962.

Par la rédaction

Agendate!

Opéra !

26 JUIN AU 5 JUILLET 2020

SAINT FRANÇOIS D'ASSISE

Saint François d'Assise, un opéra d'Olivier Messiaen dans une mise en scène d'Adel Abdessemed. Toute la création visuelle de cette pièce redoutable par ses ambitions sera orchestrée par Adel Abdessemed Cet artiste de renommée mondiale de l'art contemporain se retrouve pour la première fois aux manettes d'une œuvre scénique. Les thèmes qui l'habitent sont la terreur, la migration, la violence, la douleur, la mort et la perte de la civilité. Cette première suisse sera dirigée par Jonathan Nott, qui abordera les multiples strates de cette œuvre avec la finesse et la sensibilité dont il a déjà fait preuve.

-/ Saint Francis of Assisi, an opera by Olivier Messiaen, directed by Adel Abdessemed. All the visual creation of this ambitious and formidable play will be orchestrated by Adel Abdessemed: this world-renowned contemporary artist finds himself for the first time at the helm of a scenic work. The themes that inspire him are terror, migration, violence, pain, death and loss of civility. This Swiss premiere will be directed by Jonathan Nott, who will address the multiple layers of this work with the finesse and sensitivity he is known for.

GRAND THÉÂTRE
PLACE DE NEUVE 5, 1204 GENÈVE
+41 22 322 50 50
WWW.GTG.CH

Concert !

LE 19 JUIN 2020

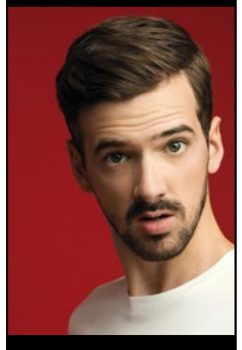
ALAIN SOUCHON

La dernière fois qu'il est monté sur scène c'était aux côtés de son complice Laurent Voulzy, lors d'une tournée à guichets fermés. Cela fera plus de 6 ans qu'Alain Souchon n'a pas tourné en son nom. Ceux qui l'ont vu sur scène savent qu'il s'agit de son terrain de jeu de prédilection.

-/ The last time he took to the stage was with his accomplice Laurent Voulzy, on a sold-out tour. It's been more than 6 years since Alain Souchon has toured on his own behalf. Those who have seen him on stage know that this is his favourite playground.

ARENA DE GENEVE
ROUTE DE L'AÉROPORT 29,
1218 LE GRAND-SACONNEX
+41 22 710 90 90
WWW.GENEVA-ARENA.CH

Théatre !



LE 4 JUIN 2020

MARC-ANTOINE LE BRET

Spectacle reporté du 2 avril. Dans ce show inédit qui évolue chaque jour pour coller à l'actu, Marc-Antoine le Bret livre une grande performance à travers les imitations qui l'ont fait connaître (Ruquier, Hanouna, Macron, etc...) mais aussi de nouvelles voix comme M'Bappé, Castaner, Mika et plus de 60 autres !
Télévision, Internet, féminisme, pesticides, dictature du buzz : du Pape à Jean-Claude Van Damme, de fous rires en rires de fous Marc-Antoine fait l'état des lieux !

-/ Show postponed from 2 April. In this new show that evolves every day to keep up with the news, Marc-Antoine le Bret delivers a great performance through the imitations that made him famous (Ruquier, Hanouna, Macron, etc.) but also new voices like M'Bappé, Castaner, Mika and more than 60 others! Television, Internet, feminism, pesticides, buzz dictatorship: from the Pope to Jean-Claude Van Damme, Marc-Antoine reviews the current state of affairs while making you laugh your head off!

THÉÂTRE DU LÉMAN À GENÈVE
QUAI DU MONT-BLANC 19,
1201 GENÈVE
+41 22 908 97 66
WWW.THEATREDULEMAN.COM

Musique !

LE 19 JUIN 2020 À 19H

RILEY, BEETHOVEN OSR

L'Orchestre de la Suisse Romande (OSR) sera en concert au Victoria Hall à Genève le 19 juin 2020. Sous la direction de Jonathan Nott, il interprétera un programme consacré à Terry Riley et Ludwig van Beethoven.

-/ The Orchestre de la Suisse Romande (OSR) will perform at the Victoria Hall in Geneva on June 19, 2020. Under the direction of Jonathan Nott, it will perform a programme dedicated to Terry Riley and Ludwig van Beethoven

VICTORIA HALL
RUE DU GÉNÉRAL-DUFOUR 14,
1204 GENÈVE
+41 22 807 00 00
WWW.OSR.CH

Denise'S®
ART OF BURGER
by Philippe Chevrier

« LES BURGERS LES PLUS CRÉATIFS DE GENÈVE »
EN CE MOMENT DECOUVREZ LE BOMBAY BURGER

BUNS AU CURRY ET GRAINES DE CARVI, BLANCS DE POULET CROUSTILLANTS MARINÉS AU GARAM MASALA, SAUCE KORMA,
SALADE DE FENOUIL, POIVRON, OIGNON ROUGE, CHIPS DE POMMES DE TERRE AU PAPRIKA FUMÉ

SUR PLACE – À L'EMPORTER – LIVRAISON SUR SMOOD.CH
LUNDI - SAMEDI, DE 10H À 19H

GLOBUS FOOD HALL / PLACE DU MOLARD / RUE DU RHÔNE 48 / GENÈVE / +41(0)58 578 52 47

TWISPER Be advised, by friends.

WWW.DENISES-BURGER.CH

smood.ch

CAPPELLA GENEVENSIS SAISON 2020-2021

Cinq événements disruptifs en Vieille-Ville ainsi qu'au Victoria Hall, pouvant associer musique vocale, peinture contemporaine, lecture de texte, visite de musées, bars éphémères, gastronomie.

-/ Five disruptive events in the Old Town and Victoria Hall, with a combination of vocal music, contemporary painting, text reading, visits to museums, ephemeral bars and gastronomy.Beau-Rivage Palace in Lausanne.

CLUB CG
50% de réduction sur les billets premium, champagne offert, etc
INFORMATIONS D'ADHÉSION
cappella-genevensis.ch

Ces expériences d'exception ont pour directeur artistique et musical Claude-Xavier Hollenstein. Des bars éphémères avec du champagne La Comtesse apportent une convivialité festive. Des restaurants partenaires permettent de conclure en beauté ces moments atypiques, dont un cocktail VIP à l'Usine Sports Club, après le concert de Noël au Victoria Hall. Les partenaires artistiques sont les musées MAH, Barbier-Mueller, Baur, Zoubov, MIR. Les jeunes artistes sont diplômés de grandes écoles d'Europe dont la HEM et la HEAD de Genève. Cette 22e édition bénéficie du soutien de la Ville de Genève, de fondations telle celle de Francis et Marie-France Minkoff, de la Loterie Romande, de SIR et des membres du Club CG.

-/ The artistic and musical director of these exceptional experiences is Claude-Xavier Hollenstein. Ephemeral bars with La Comtesse champagne provide a festive conviviality. Partner restaurants allow these atypical moments to be concluded in style, including a VIP cocktail at the Usine Sports Club, after the Christmas concert at the Victoria Hall. Artistic partners are the MAH, Barbier-Mueller, Baur, Zoubov and MIR museums. The young artists are graduates of major European schools including the HEM and the HEAD of Geneva. This 22nd edition benefits from the support of the City of Geneva, foundations such as that of Francis and Marie-France Minkoff, the Loterie Romande, SIR and members of the Club CG.

CHAPLIN'S WORLD BY GRÉVIN

Chaplin's World et son magnifique parc de 3 hectares rouvrent au public, dans le respect le plus strict des mesures de protection prescrites par le Conseil Fédéral.

-/ Chaplin's World and its magnificent 3-hectare park are reopening to the public, in strict compliance with the protection measures prescribed by the Federal Council.

Chaplin's World
Annick Barbezat-Perrin, Directrice Communication
Route de Fenil 2, 1804 Corsier-sur-Vevey
chaplinsworld.com

Chaplin's World rouvrira ses portes le samedi 13 juin 2020 à 10h00 et accueillera ses visiteurs dans des conditions sanitaires conformes aux mesures barrières réglementaires.
L'exposition temporaire « Charlie Chaplin, l'homme-orchestre » conçue et réalisée par la Philharmonie de Paris, qui avait dû être suspendue le 13 mars dernier après un jour d'ouverture, est prolongée jusqu'au 30 septembre. Imaginée et produite par le musée de la Musique-Philharmonie de Paris et Sam Stourdzé, directeur du Festival de la photographie d'Arles et ancien directeur du Musée de l'Elysée, cette exposition promet un moment riche en émotions. Afin d'optimiser la gestion des flux, Chaplin's Word recommande aux visiteurs de se rendre sur sa billetterie en ligne afin de réserver les créneaux horaires de leur visite et de bénéficier d'un accès facilité.

-/ Chaplin's World will reopen its doors on Saturday 13 June 2020 at 10:00 a.m. and will welcome its visitors in sanitary conditions that comply with the regulatory barrier measures.
The temporary exhibition "The Sound of Charlie Chaplin" designed and produced by the Philharmonie de Paris, which had to be suspended on March 13th after one day's opening, has been extended until September 30th. Conceived and produced by the Musée de la Musique-Philharmonie de Paris and Sam Stourdzé, director of the Arles Photography Festival and former director of the Musée de l'Elysée, this exhibition promises a moment filled with emotion. In order to optimize flow management, Chaplin's World recommends that visitors go to its online ticket office to book the time slots for their visit and benefit from easy access.

Musées D'ART ET D'HISTOIRE GENEVE

Le MAH en toute sécurité

À fermeture exceptionnelle, réouverture dans des conditions exceptionnelles.

-/ Closed under exceptional circumstances, it reopens under exceptional conditions.

Musée d'art et d'histoire
Rue Charles-Galland 2, T +41 (0)22 418 26 00
www.mah-geneve.ch

Ces retrouvailles ont un parfum d'exclusivité, où le tête-à-tête avec les oeuvres sera favorisé. L'heure est désormais au plaisir de la redécouverte physique des collections, que cette période d'échanges numériques avait dématérialisées, rendues abstraites. Le MAH reprend sa vie concrète en douceur, pour offrir au public un retour aux sources salvateur. Si le musée est ouvert depuis le 21 mai, les visiteurs pourront toutefois apprécier l'étage des Beaux-Arts dès le 9
juin avec le nouvel accrochage de la collection dans son intégralité et découvrir la présentation originale L'enfant dans l'art suisse. D'Agasse à Hodler, dont l'inauguration était prévue fin mars. Les activités culturelles reprendront, quant à elles, très progressivement avec un programme mensuel à télécharger sur le site du musée. Elles demeurent gratuites mais se feront uniquement par le biais d'une réservation en ligne sur le site du musée mah-geneve.ch.

-/ These re-encounters have a scent of exclusivity, giving the opportunity for a tête-à-tête with the works of art. The time has now come to enjoy the physical rediscovery of the collections, which this period of digital exchanges had dematerialized and made abstract. The MAH is slowly returning to its concrete life, to offer the public a salutary return to its roots. Although the museum has been open since May 21st, visitors will be allowed to enjoy the Fine Arts floor from June 9th with the new hanging of the entire collection, and discover the original presentation "The child in Swiss art. From Agasse to Hodler", which was due to open at the end of March. Cultural activities will resume very gradually with a monthly programme to be downloaded from the museum's website. They remain free of charge, but will only be available through online booking on the museum's website mah-geneve.ch.

PEPPONE, ***Tintin Penseur*** 'l'Ordre et le Chaos' Rackam le Rouge - sculpture en résine et fibre de verre, BD marouflées - édition originage 8ex + 4 e.a - 40cm (h)

PEPPONE

Ses sculptures sont empreintes d'un fort symbolisme pop qui lui rappelle l'enfance
et le territoire de l'innocence.

-/ His sculptures are imbued with a strong pop symbolism that reminds him of childhood and the land of innocence.

Bel Air Fine Art Geneva
Rue de la Corraterie 7, 1204 Genève - 022 310 16 67
www.belairfineart.com

Situé dans le Luberon, en Provence, le sculpteur est aussi un collectionneur invétéré. Dans ce bric à brac plutôt dense et instructif cohabitent des milliers de pièces recyclées et surtout près de 500 albums de Tintin qui nourrissent au quotidien la création de l'auteur. Ses premiers exemplaires de Tintin lui viennent de son père, il en a hérité à sa mort. Puis il a complété sa collection en fréquentant les vide-greniers, les ventes des bibliothèques municipales voire avec les nouveaux albums que lui apportent amis et inconnus. L'artiste se sert de cette accumulation de papiers pour imaginer des formes en résine aux couleurs vives et bariolées. Elles sont empreintes d'un fort symbolisme pop qui lui rappelle l'enfance et le territoire de l'innocence. Les personnages d'Hergé ne sont pas ses seules créations puisque Star Wars et ses superhéros dont Dark Vador, Walt Disney et son éternel Mickey, Hulk, Zorro, Spiderman l'ont également inspiré. Il dit souvent que l'homme est le seul être vivant à savoir qu'il va mourir et que, pour échapper à sa condition, il reproduit, communique et rêve, entretenant une sorte de lien cyclique entre passé, présent et futur. C'est en taillant dans cet héritage de papier que Tintin a pris ses formes et son envol. Cette figure est devenue un pilier de son équilibre qui lui permet de cultiver le lien du père…

-/ Located in the Luberon, in Provence, the workshop of Peppone (aka Christophe Tixier) is not unlike Ali Baba's cave: the sculptor is also an incurable collector. In this rather dense and instructive junk shop are thousands of recycled pieces and, above all, around 500 albums of Tintin that feed the author's daily creation. His first copies of Tintin came from his father, he inherited them when he passed away. Then he completed his collection by attending the garage sales, the sales of municipal libraries and even thanks to new albums brought to him by friends and strangers. The artist uses this accumulation of papers to imagine resin shapes with bright and cheerful colours. They are imbued with a strong pop symbolism that reminds him of childhood and the territory of innocence. Hergé's characters are not his only creations since he also draws inspiration from Star Wars and his superheroes such as Darth Vader, Walt Disney and his eternal Mickey, Hulk, Zorro, Spiderman... He often says that man is the only living being who is aware that he is going to die and hence, to escape his condition, he reproduces, communicates and dreams, maintaining a kind of cyclical link between past, present and future. Tapping into his heirloom of paper, he gave shape and rise to Tintin. This character has become a pillar of his inner balance, allowing him to bond with the father figure...

« La Boutique », un second espace Bang & Olufsen à Genève

Déjà implantée à Nyon, Fréquence TV a ouvert un second espace Bang & Olufsen sur le quai du Général-Guisan. «La boutique» permet aux clients de découvrir les produits et de discuter avec un spécialiste des solutions les plus innovantes.

-/ Already established in Nyon, Fréquence TV has opened a second Bang & Olufsen space on the Quai du Général-Guisan. "La Boutique" allows customers to discover products and discuss the most innovative solutions with a specialist.

Bang & Olufsen
Quai du Général-Guisan 40 – 1204 Genève
Tél. +41 22 960 98 89 – www.laboutique-geneve.ch – www.frequence-tv.ch

Leader sur le marché suisse, Fréquence TV est un intégrateur de systèmes audiovisuels et domotiques qui s'adresse aussi bien aux entreprises qu'aux particuliers.
Spécialiste de l'audiovisuel et de la domotique depuis plus de quinze ans, elle est notamment intervenue dans de grands hôtels de la place, voire au-delà, a réalisé des projets d'envergure pour le CICR et les HUG…
Ses marques partenaires ? Que du haut-de-gamme ! Bang & Olufsen, Bowers & Wilkins, LG, Creston et Lutron. Elle intègre en outre une entité spécialisée dans les solutions de sécurité et de surveillance, Building & Home Services (BHS). On parle ici de vidéosurveillance, alarme, contrôle d'accès, sonorisation d'évacuation, détection incendie, et ce pour les habitations comme les locaux d'entreprises.

A l'ère des habitations intelligentes, Fréquence TV offre des prestations répondant aux plus hautes exigences en matière de technicité, d'esthétisme et d'utilisation.
Ses collaborateurs suivent les derniers développements de l'audiovisuel et de la domotique pour proposer des solutions toujours à la pointe de l'innovation.
Rendez-vous sans plus attendre à «La boutique»!

-/ Leader on the Swiss market, Fréquence TV is an integrator of audiovisual and home automation systems for both companies and private individuals.
A specialist in audiovisual and home automation for more than fifteen years, it has been involved in major hotels in Switzerland and beyond, and has carried out large-scale projects for the ICRC and the HUG...
Its partner brands? Only top-of-the-range! Bang & Olufsen, Bowers & Wilkins, LG, Creston and Lutron. In addition, it also includes an entity specialising in security and surveillance solutions, Building & Home Services (BHS). This includes video surveillance, alarms, access control, evacuation sound systems and fire detection for both residential and business premises.

In the era of intelligent housing, Fréquence TV offers services that meet the highest requirements in terms of technicality, aesthetics and use.
Its employees keep abreast of the latest developments in audiovisual and home automation to offer solutions that are always at the cutting edge of innovation. Without further ado, let's discover "La boutique"!

patricpop.com

Vous pensez sérieusement qu'il est meilleur parce qu'il a coûté cher ?

GESTOCIGARS L'importateur des meilleurs cigares aux meilleurs prix.

GESTOCIGARS Rue Robert-Céard n° 8, 4ème étage (Accès par ascenseur), 1204 Genève
Tél. +41 (0)22/312 10 80 · Fax. +41 (0)22/810 39 01
E-mail : sales@gestocigars.ch · www.gestocigars.ch

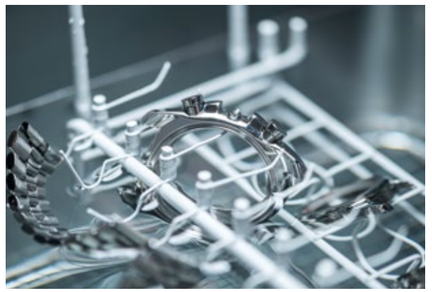
Horaires : Du lundi au vendredi de 9.00h à 19.00h · Le samedi de 10.00h à 14.00h
Ouverture sur sonnette

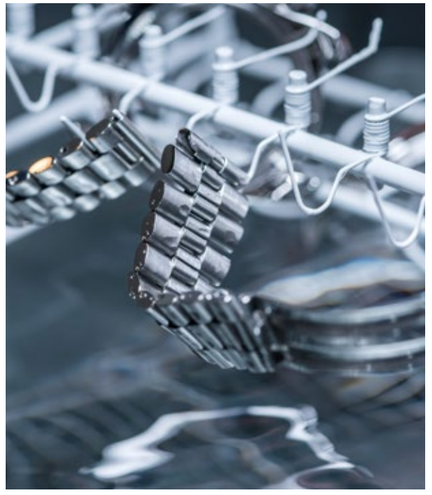
Au service du service…

En réponse à une lacune de l'industrie horlogère, 12Time Switzerland a pour vocation l'optimisation du Service client des manufactures.

-/ As a response to a shortcoming in the watch industry, 12Time Switzerland is dedicated to optimizing the customer service of watch manufacturers.

12Time Switzerland
+ 41 22 774 12 12
www.12time.ch





Créé par Michel Teweles, ancien skipper professionnel et passionné de montres, 12Time Switzerland s'impose dans le paysage horloger comme un Service-Client « multi-cartes »… On parle ici davantage de Service-Client que de simple Service-Après-Vente car 12Time Switzerland va plus loin.

« On offre plus et mieux » **aime à dire Michel Teweles. On comprend ainsi d'emblée pourquoi le succès est au rendez-vous. Qui n'a jamais eu une mauvaise expérience dans ce domaine ?**

Un succès mérité quand on sait combien 12Time Switzerland travaille main dans la main avec les manufactures. « Notre première idée, capitale, a été d'obtenir une certification de la part des marques, et ce, aussi bien au niveau de notre équipement que du talent de nos équipes », précise Michel Teweles.

Une certification obtenue en répondant à des cahiers des charges précis et rigoureux, propres à chaque manufacture.
Si aujourd'hui 12Time Switzerland, dont l'activité a débuté en novembre 2019, est certifiée ou en cours de certification par une partie des marques du groupe Richemont, du Swatch Group et de certains indépendants, il aura fallu montrer patte blanche. Un passage obligé pour 12Time Switzerland afin d'asseoir sa légitimité et prouver la qualité du travail effectué dans ses luxueux ateliers.
D'une superficie de 200 m², orchestrés par un responsable horloger et un chef d'atelier polissage, la partie horlogère étant bien entendu séparée de l'espace polissage, ils ressemblent comme

deux gouttes d'eau à ceux que l'on a l'habitude de voir dans les murs des prestigieuses maisons horlogères, sont idéalement situés entre Genève et Lausanne et accessibles de la Vallée de Joux.
Ce qui a bien entendu séduit le sérail horloger qui a d'emblée réservé un bon accueil à Michel Teweles. Ensuite, le protocole de certification a été dense. Un accord de principe suivi de tests drastiques des machines et des hommes pour se terminer par un stage de formation au sein même des manufactures concernées.

La méthode de 12Time Switzerland est simple, efficace et pragmatique.
Bref, elle correspond à celle des manufactures dignes de ce nom. Après avoir reçu la montre, un devis est proposé sous 48 heures maximum.
Devis qui, une fois accepté, promet une révision, une réparation ou remise en état à l'identique dans un délai ne devant jamais dépasser un mois.

Un exploit quand on sait que le travail de 12Time Switzerland est garanti deux ans et respecte l'ADN de chaque garde-temps grâce à l'utilisation de composants d'origine, ou si nécessaire, de la création de composants devenus introuvables…

Autant de raisons qui expliquent la confiance qu'inspire 12Time Switzerland aux principaux acteurs d'une industrie extrêmement exigeante.

-/ Serving the service...

-/ Created by Michel Teweles, a former professional skipper and watch enthusiast, 12Time Switzerland has established itself in the watchmaking landscape as a "multi-card" Customer Service… The term "Customer Service" is more appropriate than "After-Sales Service" because 12Time Switzerland goes further. "We offer more and better" as Michel Teweles likes to say. This is why 12Time Switzerland is so successful. Who has never had a bad experience in this field?

A deserved success when you know how 12Time Switzerland works hand in hand with the manufacturers. "Our first and most important idea was to obtain certification from the brands, both for our equipment and the talent of our teams," explains Michel Teweles.

This certification was obtained by complying with precise and rigorous specifications specific to each manufacturer. If today 12Time Switzerland, whose activity began in November 2019, is certified or in the process of being certified by some of the Richemont Group's brands, the Swatch Group and certain independents, it has been after proving themselves. This was a compulsory step for 12Time Switzerland in order to establish its legitimacy and prove the quality of the work carried out in its luxurious workshops. With a 200 m² surface area, orchestrated by a watchmaking manager and a head of the polishing workshop, the watchmaking part being of course separate from the polishing area, they look exactly like those one is accustomed to seeing within the walls of prestigious watchmaking houses, are ideally located between Geneva and Lausanne and accessible from the Vallée de Joux.
This naturally appealed to the watchmaking seraglio, which immediately gave Michel Teweles a warm welcome. Then, the certification protocol was intense. An agreement in principle followed by drastic tests of machines and men to end with a training course within the respective manufacturers.
12Time Switzerland's method is simple, efficient and pragmatic. In short, it corresponds to that of manufacturers worthy of the name.
After receiving the watch, an estimate is proposed within 48 hours maximum. Once accepted, the estimate guarantees a revision, repair or refurbishment in an identical fashion within a period not to exceed one month. A feat when you know that 12Time Switzerland's work is guaranteed for two years and respects each timepiece's DNA thanks to the use of original components, or if necessary, the creation of components that have become unobtainable.
All these reasons explain the confidence that 12Time Switzerland inspires among the main players in an extremely demanding industry.

Gestocigars, le plaisir à grandes bouffées

Difficile d'imaginer, lorsqu'on pénètre dans cet immeuble cossu du centre-ville, que l'un des trois plus grands humidors d'Europe nous attend derrière cette porte presque anodine, mais pourtant bien connue de tout ce que Genève et ses environs comptent d'amateurs de cigares depuis plus de 30 ans.

-/ It's hard to imagine, when entering this posh downtown building, that one of the three largest humidors in Europe is waiting for us behind this rather unconspicuous door, yet well known to cigar lovers in and around Geneva for over 30 years.

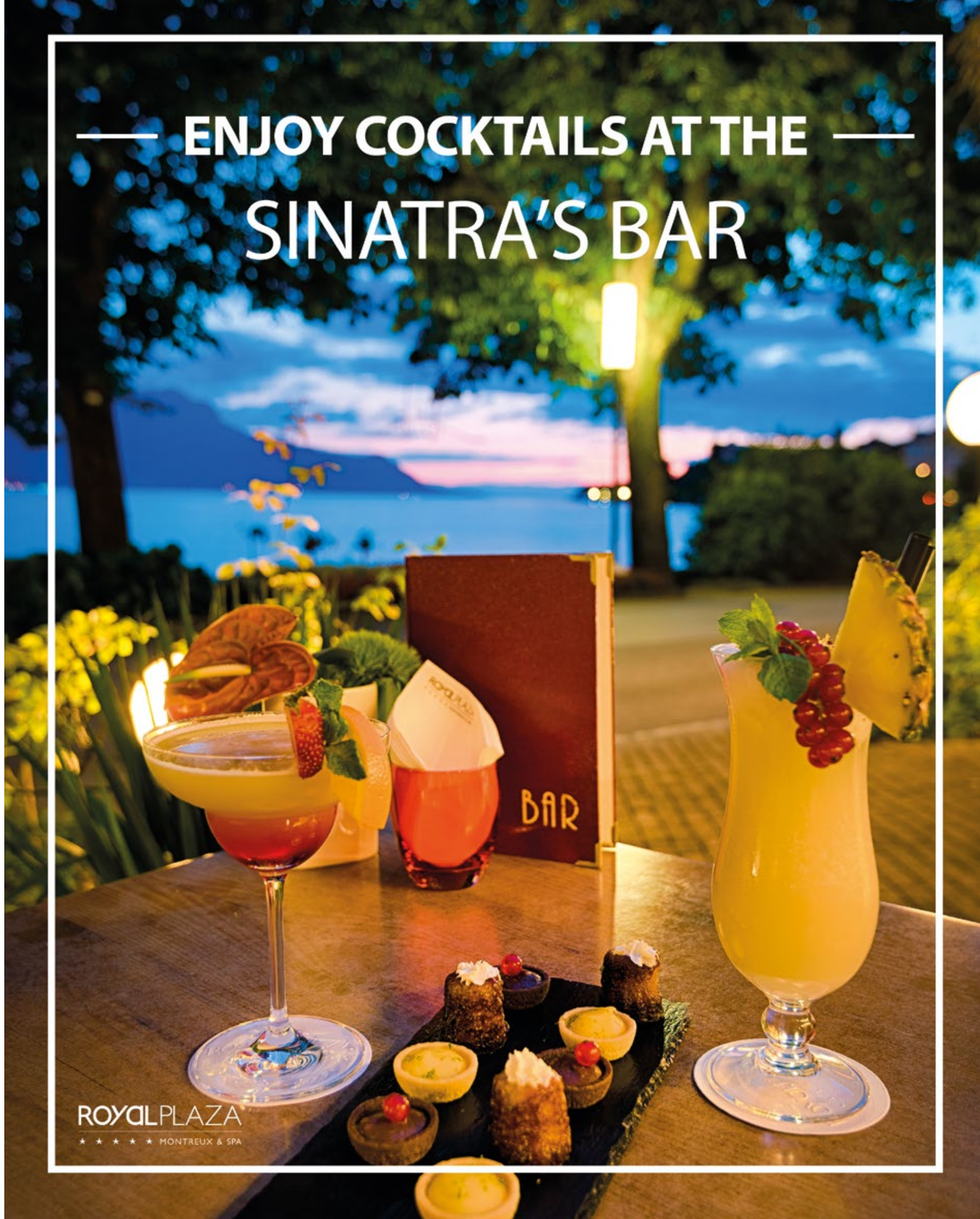
Gestocigars
Rue Robert-Céard 8, 1204 Genève
+ 41 22 312 10 80 - www.gestocigars.ch - sales@gestocigars.ch

Le maître des lieux, Jean-Charles Rios, tout en énergie et en convivialité, est une véritable encyclopédie en la matière, et nous réjouit d'anecdotes, de traits d'esprit.
Si on ne le savait pas encore, on comprend à l'écouter que fumer le cigare est, au-delà d'un simple plaisir, une véritable philosophie.
« Le cigare n'est pas un exutoire au stress, comme peut l'être la cigarette. Il est excessivement rare de voir un fumeur de cigare s'adonner à sa passion sous la pluie, dans le froid, en bas d'un immeuble, juste pour assouvir un besoin, combler un manque. Les Indiens avaient pour coutume de se rassembler pour fumer une motte de feuilles de tabac avec une paille en bois en guise de communion. Le cigare s'inscrit dans cette tradition ancestrale.
C'est un moment privilégié. Un cigare nous parle, son goût n'est pas linéaire, mais se développe à mesure de sa combustion, évolue selon la manière dont on le fume. »

Les overruns: dégriffez-moi ça!
Gestocigars s'affiche clairement comme un importateur, et non un créateur de cigares. Toute l'Amérique centrale et l'Amérique du Sud y sont représentées : Cuba, bien sûr, mais aussi le Nicaragua, le Costa Rica, la République Dominicaine, le Honduras… La connaissance qu'a Jean-Charles du marché, sa proximité avec les fabricants, les quantités achetées et l'importation par ses propres filières permet à Gestocigars de proposer des prix contenus.
Mais la grande nouveauté, ce sont les cigares dits « overrun », à savoir qu'ils ont été achetés par Gestocigars auprès des fabriques avant la pose de la bague des marques respectives.
Dès lors, on pourrait qualifier ces cigares de « dégriffés », et le prix est à l'avenant : vous payez la qualité du produit, la minutie de la sélection et du processus de fabrication, mais pas la marque en tant que telle. Et ce principe vaut pour tous les cigares dont la production n'est pas un monopole étatique –comme le sont les cubains.
Déjà, la nouvelle s'est répandue comme une traînée de poudre auprès des aficionados, et avec l'été qui arrive, accompagné de ses longues soirées en plein air, propices à la détente un cigare à la main, cette tendance n'est pas près de s'essouffler !

-/ The master of the place, Jean-Charles Rios, friendly and filled with energy, is a true encyclopaedia on the matter, and delights us with anecdotes and witty traits.
If we didn't know it yet, we understand while listening to him that cigar smoking is, beyond a simple pleasure, a true philosophy.
"Cigars are not an outlet for stress, as cigarettes can be. You will hardly ever see a cigar smoker indulging his passion in the rain, in the cold, at the bottom of a building, just to satisfy a need, to fill a gap. The Indians used to gather together to smoke a lump of tobacco leaves with a wooden straw as a communion. The cigar is part of this ancestral tradition.It is a privileged moment. A cigar speaks to us, its taste is not linear. "

The overruns: cutting labels
Gestocigars is clearly portraying itself as an importer, not a cigar creator. All Central and South America are represented: Cuba, of course, but also Nicaragua, Costa Rica, Dominican Republic, Honduras ... The knowledge that Jean-Charles has of the market, its proximity to manufacturers, the quantities purchased and import through its own channels allows Gestocigars to offer competitive prices.
But the great novelty is the so-called "overrun" cigars, i.e. that they have been bought by Gestocigars from the factories before the fitting of the respective brands' ring.
From then on, these cigars could be described as "cut-label", and the price is in line with this: you pay for the quality of the product, the meticulous selection and the manufacturing process, but not for the branding. And this principle applies to all cigars whose production is not a state monopoly - as is the case with Cuban cigars.
Already, the news has spread like wildfire among aficionados, and with the coming summer, with its long evenings in the open air, conducive to relaxation a cigar in hand, this trend is not about to run out of steam!



Place à L'Usine 2.0

Pionnier en son temps, leader aujourd'hui dans les clubs de sport exclusifs, L'Usine offre bien plus que du sport...

-/ A pioneer in its time, and today a leader in exclusive sports clubs, L'Usine offers much more than just sports...

www.usinesportsclub.ch
Facebook - L'Usine Sports Club Genève
Instagram - @usinesportsclub_geneve
Youtube - L'Usine Sports Club

©Elisa La Scala

©Elisa La Scala

©Elisa La Scala

©Elisa La Scala

L'Usine, vous le savez, n'a rien d'un club de sport ordinaire avec son design avant-gardiste, ses hauteurs sous plafond, ses parquets et moulures et bien entendu ses services exclusifs. Classé 5 étoiles par la Fédération Suisse des centres de fitness et de santé, le Club prend soin de ses membres et les emmène toujours plus loin.

L'Usine 2.0 sur Youtube !
Malgré une fermeture des portes due aux circonstances récentes du COVID-19, hors de question de ne pas accompagner quotidiennement ses membres et de ne pas continuer à leur proposer des services premium ! Place à L'Usine 2.0 : un condensé de cours disponibles en ligne sur sa chaîne Youtube dédiée. Le plus ? Ils sont gratuits et il y en a pour tous les goûts.
Cross Training, Pilates, Booty Camp, séances d'abdos-fessiers, yoga… Des vidéos réalisées spécialement pour vous par les mécanos de L'Usine, diffusées et partagées sur leurs réseaux sociaux, Facebook et Instagram. L'Usine propose aussi des conseils et recettes Healthy.
Sans oublier un nouveau rendez-vous au planning : le U'Nutrition, des questions / réponses en LIVE sur Instagram, dédié à l'alimentation avec un panel de conseils experts et avisés.
https://www.youtube.com/c/LUsineSportsClub

L'Usine engagée avec des partenaires de qualité
Le Club s'est donné comme vocation de promouvoir l'excellence en liant son activité avec de nouveaux partenaires réellement impliqués dans le dynamisme économique genevois. Le but ? Offrir aux membres des avantages, des exclusivités, des animations.
Fleuriste, champagne, hôtel, voyages, théâtre, thé ou encore club privé, un panel de belles « Maisons », dont l'équipe est très fière comme La Comtesse A., Les Ambassadeurs, Philippe Pascoët, ou encore Betjeman & Barton.
« On dit qu'une entreprise ressemble à ceux qui la font : ses équipes, ses clients, ses fondateurs. Alors pour les années à venir, L'Usine sport club sera plus que jamais ENGAGÉE. Engagée à vous offrir l'excellence, Engagée à vous offrir toujours plus de perspectives. » **Laurie Ailloud Lopez, Directrice Générale.**
La combinaison raffinée des matériaux nobles, des offres haut-de-gamme et de la performance sportive promet d'offrir, encore et toujours, le meilleur du sport chic sur Genève.

©Elisa La Scala

-/ L'Usine, as you know, is no ordinary sports club with its avant-garde design, ceiling heights, parquet flooring and mouldings and, of course, its exclusive services. Rated 5 stars by the Swiss Federation of Fitness and Health Centres, the Club takes care of its members and takes them further.

L'Usine 2.0 on Youtube!
In spite of having to close its doors due to the recent circumstances of COVID-19, it is out of the question not to accompany its members on a daily basis and not to continue to offer them premium services! Make way for L'Usine 2.0: a digest of courses available online on its dedicated Youtube channel. The plus? They're free and there's something for everyone.
Cross Training, Pilates, Booty Camp, abs/gluteus sessions, yoga... Videos made especially for you by L'Usine's "mechanics", broadcasted and shared on their social networks, Facebook and Instagram. L'Usine also offers Healthy tips and recipes.
Not forgetting a new appointment in the schedule: the U'Nutrition, questions / answers LIVE on Instagram, dedicated to food with a panel of expert advice.
https://www.youtube.com/c/LUsineSportsClub

L'Usine involved with quality partners
The Club's vocation is to promote excellence by linking its activity with new partners who are truly involved in Geneva's economic dynamism. The goal?
To offer members advantages, exclusivities and entertainment.
A florist, champagne, hotel, travel, theatre, tea or even a private club, a panel of beautiful "Houses", of which the team is very proud, such as La Comtesse A., Les Ambassadeurs, Philippe Pascoët, or Betjeman & Barton.

"It is said that a company is only as good as the people who make it: its teams, its clients, its founders. So for the years to come, L'Usine sports club will be more COMMITTED than ever. Committed to offering you excellence, Committed to offering you more and more opportunities. "
Laurie Ailloud Lopez, General Manager.

The refined combination of noble materials, high-end offerings and sporting performance promises to offer, time after time, the best of sport chic in Geneva.

©Elisa La Scala

Clinique La Prairie, une bulle de (ré)confort, de bien-être et de beauté

On ne présente plus la Clinique La Prairie, fer de lance de l'excellence médicale made in Switzerland, spécialiste incontestée de la remise en forme, du bien-être et de la longévité.

-/ No need to introduce Clinique La Prairie, the spearhead of medical excellence made in Switzerland, the undisputed specialist in fitness, well-being and longevity.

Clinique La Prairie
Rue du Lac 142, 1815 Clarens
+41 21 989 34 81 reservation@laprairie.ch
www.cliniquelaprairie.ch
www.cliniquelaprairie.com/5days

Reconnue et récompensée dans le monde entier depuis sa création en 1931, la Clinique La Prairie est à la fois leader et pionnière.
La santé et le bien-être de ses clients et employés sont la préoccupation première, aujourd'hui plus que jamais. Il va sans dire qu'ici, les instructions données par les autorités sanitaires suisses dans le cadre du Covid-19 sont suivies à la lettre, et renforcées. Offrez-vous une parenthèse beauté à la Clinique La Prairie grâce aux programmes Beauty et Advanced beauty, respectivement de 3 nuits/4 jours et 4 nuits/5 jours. L'Advanced Beauty program vous permettra de bénéficier, outre les soins anti-âge et beauté du Beauty Program, de traitements esthétiques particulièrement poussés (réjuvénation dentaire, effets lifting et « plumping » naturels, nettoyage en profondeur de la peau, stimulation de la régénération capillaire, body reshaping…) sans toutefois oublier les soins bien-être (drainage lymphatique du corps et du visage, manucure et pédicure…).

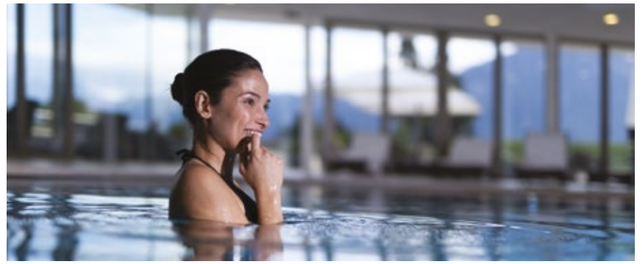
Exclusivités estivales
Outre la palette des programmes qui ont fait sa réputation au fil des décennies, La Clinique La Prairie vous propose, en exclusivité à partir du 1er juin et pour toute la période estivale, deux nouveaux programmes qui raviront ceux et celles qui veulent s'offrir un moment privilégié pour prendre soin de leur bien-être tout en restant en Suisse cet été : L'Energizing Wellness et l'Immunity Boost.

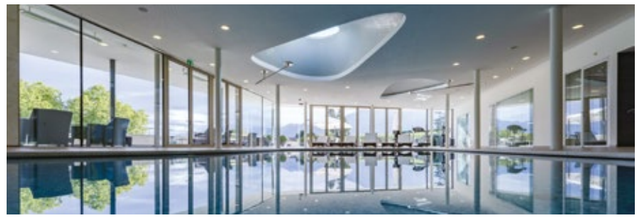
-/ Clinique La Prairie has been recognised and rewarded worldwide since its creation in 1931, and is both a leader and a pioneer.

The health and well-being of its clients and employees are the primary concern, today more than ever.
It goes without saying that here, the instructions given by the Swiss health authorities within the framework of Covid-19 are followed to the letter and further reinforced.

Treat yourself to a beauty break at Clinique La Prairie thanks to the Beauty and Advanced beauty programmes, respectively 3 nights/4 days and 4 nights/5 days.

The Advanced Beauty program will allow you to benefit, in addition to the Beauty Program's anti-ageing and beauty treatments, from particularly advanced aesthetic treatments (dental rejuvenation, natural lifting and plumping effects, deep cleansing of the skin, stimulation of capillary regeneration, body reshaping...) without forgetting the wellness treatments (lymphatic drainage of the body and face, manicure and pedicure...).

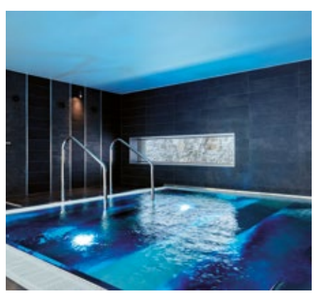




Le programme Energizing Wellness vous convie à une retraite bien-être dans l'environnement énergisant et raffiné de la Clinique La Prairie. Adoptez un mode de vie plus sain, détendez-vous et ressourcez-vous grâce à nos différents experts holistiques. Vous en sortirez apaisé/e avec le sentiment d'avoir rajeuni.
Le bien-être, l'équilibre du corps et de l'esprit seront vos leitmotivs pour des bénéfices à long terme.
Pendant 4 jours (avec possibilité de prolonger votre séjour), vous serez suivi/e par des experts qui vous donneront toutes les clés pour vous détendre et vous ressourcer. Des soins wellness cibleront la stimulation de votre organisme avec des pochons d'herbes suisses, de la cryothérapie et de l'infrathérapie.
Un accent particulier est mis sur la nutrition grâce à l'accompagnement d'un diététicien qui vous inspirera en parlant d'aliments antioxydants et anti-inflammatoires pour renforcer vos défenses naturelles ainsi que sur l'exercice physique avec un coach personnel qui vous suivra tout au long de votre séjour.
En vous préparant à un mode de vie plus sain sur le long terme, ce programme favorisera l'harmonie entre le bien-être du corps et de l'esprit.
L'Immunity Boost program, quant à lui, a une approche plus médicale et répond à la stimulation du système immunitaire qui est actuellement au cœur des préoccupations, sans toutefois omettre le bien-être pour autant. Redonnez un coup de pouce à votre système immunitaire pour faire face à la fatigue et au stress quotidien. Grâce aux conseils et au suivi de nos experts en santé et bien-être, ce programme est l'option parfaite pour faire le plein d'énergie, renforcer son organisme tout en profitant d'un séjour de pur bien-être.
Lors de ce programme de 4 nuits, vous bénéficierez de consultations médicales orientées sur la longévité et l'immunité ; des analyses de sang et des tests cardiaques permettront d'identifier d'éventuelles carences et d'y remédier. Coachings nutritionnel et sportif, cryothérapie et méditation sont quelques-unes des prestations qui vous attendent. Vous apprécierez particulièrement l'expérience sensorielle et les bénéfices de la thérapie de contraste « chaud et froid », et la Master Class de cuisine gastronomique & santé que les Chefs de Clinique La Prairie dispensent pour la première fois cet été.
Bien entendu, tous les programmes donnent accès au spa, au fitness, à la piscine et autres aménités de la Clinique.

Summer exclusives
In addition to the range of programmes that have made its reputation over the decades, Clinique La Prairie offers you, exclusively from June 1st and for the entire summer period, two new programmes that will delight those who want to treat themselves to a special moment to take care of their well-being while staying in Switzerland this summer: Energizing Wellness and Immunity Boost.

The Energizing Wellness program invites you to a wellness retreat in the energizing and refined environment of Clinique La Prairie. Adopt a healthier lifestyle, relax and rejuvenate yourself thanks to our various holistic experts. You'll leave feeling soothed and rejuvenated.
Well-being and balance of body and mind will be your leitmotivs for long-term benefits.
During 4 days (with the possibility of extending your stay), you will be followed by experts who will give you all the tools you need to relax and recharge your batteries. Wellness treatments will target the stimulation of your body with Swiss herbal pouches, cryotherapy and infratherapy.
Special emphasis is placed on nutrition with the support of a dietician who will inspire you by talking about antioxidant and anti-inflammatory foods to strengthen your natural defences as well as physical exercise with a personal coach who will follow you throughout your stay.
By preparing you for a healthier lifestyle over the long term, this program will promote harmony between the well-being of body and mind.
The Immunity Boost program, on the other hand, has a more medical approach and responds to the stimulation of the immune system, which is currently at the heart of our concerns, without however omitting well-being. Give your immune system a boost to cope with fatigue and daily stress. Thanks to the advice and follow-up of our health and well-being experts, this program is the perfect option for replenishing your energy and strengthening your body while enjoying a stay of pure well-being.
During this 4-night program, you will benefit from medical consultations focused on longevity and immunity; blood tests and cardiac tests will help identify and correct any deficiencies. Nutritional and sports coaching, cryotherapy and meditation are some of the services that await you.
You will particularly appreciate the sensory experience and the benefits of "hot and cold" contrast therapy, and the Master Class in Gastronomic & Healthy Cooking that the Chefs at Clinique La Prairie are offering for the first time this summer.
Of course, all programmes include access to the Clinique's spa, fitness centre, swimming pool and other amenities.



Chirurgie réfractive : démêlons le vrai du faux !

Les interventions de chirurgie réfractive sont les opérations des yeux les plus pratiquées et restent pourtant mal connues. Le Dr Alexandre Martinez, spécialiste FMH en ophtalmologie et ophtalmochirurgie au nouveau centre Swiss Visio Beau-Rivage, répond à nos questions.

-/ Refractive surgery is the most commonly performed eye operation, yet it remains little known. Dr. Alexandre Martinez, FMH specialist in ophthalmology and ophthalmosurgery at the new Swiss Visio Beau-Rivage centre, answers our questions.

Swiss Visio Beau-Rivage
Chemin de Beau-Rivage 18 - 1006 Lausanne
Tél. + 41 58 274 23 00
refractive@swissvisio.net
www.swissvisio.net

La chirurgie réfractive ne s'adresse qu'aux personnes myopes ?
FAUX
« La chirurgie réfractive permet la correction de tous les autres types de troubles visuels tels que l'hypermétropie, l'astigmatisme et la presbytie. Ces interventions utilisent le laser ou l'insertion d'implants intraoculaires.
La majorité des patients est éligible à une opération de chirurgie réfractive. Pour la rectification de la myopie, l'opération la plus courante, il faut être âgé de 20 ans minimum, et la vision doit être stable depuis 2 ans ».

En cas de complication, il existe un risque de perdre la vue ?
FAUX
« De grandes avancées ont été faites ces dernières années en matière de chirurgie réfractive. Perdre la vision d'un œil est donc devenu aujourd'hui quasiment impossible. Moins de 1 % des cas présente des complications, et pour ces rares cas, il est toujours possible de rectifier la correction ultérieurement. Au centre Swiss Visio Beau-Rivage, nous suivons les patients depuis plusieurs années et nous proposons des solutions à long terme. Notre équipe médicale est hautement qualifiée et secondée par des optométristes expérimentés ».

L'intervention est douloureuse ?
FAUX
« Les examens sont totalement indolores. Avant l'opération, des gouttes anesthésiantes sont déposées dans l'œil. L'intervention est quant à elle rapide : entre 10 à 15 minutes pour les deux yeux.
Les symptômes post-opératoires (inconfort, larmoiement) ne durent que quelques heures ».

L'opération permet de se débarrasser des lunettes à vie ?
VRAI et FAUX
« Il est difficile d'évaluer la longévité de l'absence de port de lunettes ou de lentilles de contact après une chirurgie réfractive. Cela dépendra du correctif de départ, du type de trouble réfractif traité, de l'âge du patient et de la stabilité de la réfraction au moment de l'intervention. En général, il est souvent dit que la durée de ces traitements est d'au moins 10 ans.
A partir de 40 ans par exemple, lorsque les premiers symptômes de presbytie apparaissent, certains d'entre patients ressentent le besoin de porter des lunettes pour les activités qui nécessitent de voir de près. A cet âge plus avancé, il est donc recommandé de corriger presbytie et myopie simultanément ».

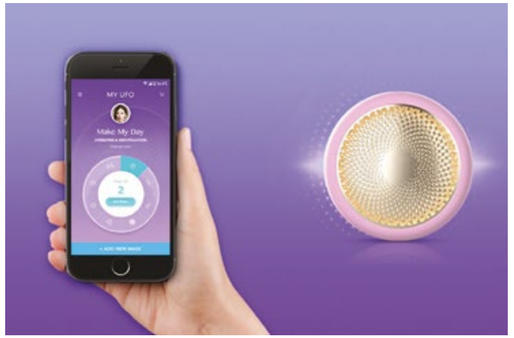
-/ Refractive surgery is only for people who are short-sighted?
FALSE
"Refractive surgery allows the correction of all other types of visual disorders such as hyperopia, astigmatism and presbyopia. These procedures use lasers or the insertion of intraocular implants.
The majority of patients are eligible for refractive surgery. For the correction of nearsightedness, the most common operation, one must be at least 20 years old, and vision must have been stable for 2 years."

In the event of complications, there is a risk of losing vision?
FALSE
"Great strides have been made in recent years in refractive surgery. As a result, losing the vision in one eye has now become almost impossible. Less than 1% of cases present complications, and in these rare cases it is still possible to adjust the correction later.
At the Swiss Visio Beau-Rivage centre, we have been following patients for several years and offering long-term solutions. Our medical team is highly qualified and supported by experienced optometrists. »

The operation is painful?
FALSE
"The tests are completely painless. Before the operation, anaesthetic drops are placed in the eye. The operation is quick: between 10 and 15 minutes for both eyes. Post-operative symptoms (discomfort, tearing) last only a few hours."

The operation makes it possible to get rid of the glasses for life?
TRUE and FALSE
“It is difficult to estimate how long glasses or contact lenses will no longer be needed after refractive surgery. It will depend on the initial corrective patch, the type of refractive disorder being treated, the patient's age, and the stability of the refraction at the time of surgery. In general, it is often said that the duration of these treatments is at least 10 years.
From the age of 40, for example, when the first symptoms of presbyopia appear, some patients feel the need to wear glasses for activities that require close vision. At this older age, it is therefore recommended that presbyopia and myopia be corrected simultaneously.”

Dr. Alexandre Martinez



Beauté connectée

Mettre l'innovation technologique au service des soins visage, c'est le défi que s'est lancé FOREO, la marque suédoise spécialiste des rituels high-tech.

-/ Gearing technological innovation towards facial care, that is the challenge that FOREO, the Swedish brand specialising in high-tech rituals, has set itself.

www.foreo.com

Sa dernière révolution : UFO, un masque connecté qui ravive l'éclat de la peau en moins de deux minutes.
Le principal atout de ce masque intelligent est d'importer à domicile des techniques de soins pointues, jusque-là réservées aux instituts spécialisés. Ainsi, UFO intègre plusieurs technologies : le système de pulsations T-sonic breveté, qui facilite l'absorption des ingrédients ; une option thermothérapie pour adoucir la peau et ouvrir les pores ; une option cryothérapie pour lisser et raffermir la peau ainsi qu'un traitement à la lumière LED.
Une fois l'appareil allumé et l'application lancée sur son smartphone, il suffit de sélectionner le masque que l'on s'apprête à fixer sur le boîtier pour que les instructions s'affichent.

-/ Its latest revolution: UFO, a connected mask that restores the skin's radiance in less than two minutes.
The main advantage of this intelligent mask is that it brings advanced care techniques to your home, that were previously exclusive to specialised institutes. Thus, UFO integrates several technologies: the patented T-sonic pulsation system, which facilitates the absorption of ingredients; a thermotherapy option to soften the skin and open pores; a cryotherapy option to smooth and firm the skin as well as an LED light treatment.
Once the device is switched on and the application is launched on your smartphone, simply select the mask you are about to attach to the case and the instructions will be displayed.

Sisley

Le Soin Lavant Perfecteur Couleur offre une protection complète.

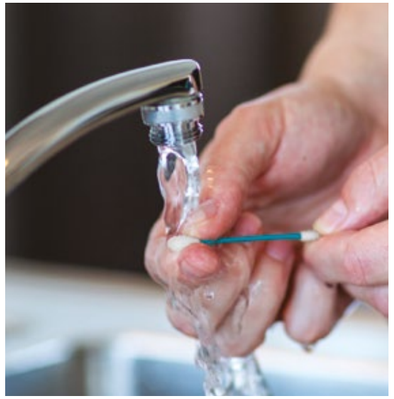
-/ Sisley's Colour Perfecting Washing Care offers complete protection

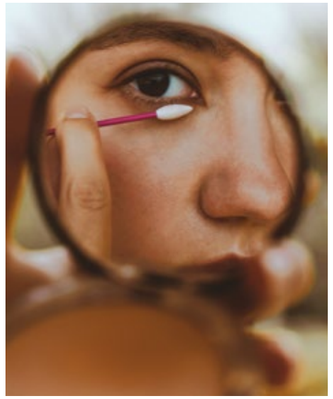
Sisley Paris
sisley.com

(Je fais ce que) cheveux

A tous les adeptes du « live in color », Sisley propose un soin adapté aux inconvénients de la coloration capillaire, pour des cheveux légers, doux, éclatants et aériens.
Le Soin Lavant Perfecteur Couleur offre une protection complète en 3 étapes clés :
- **Fixer la couleur et protéger de l'affadissement**
- **Raviver la beauté et prolonger la brillance**
- **Protéger le cuir chevelu et apaiser les sensations d'inconfort**

-/ For all "live in color" enthusiasts, Sisley offers a treatment adapted to the disadvantages of hair coloring, for light, soft, shiny and airy hair.
Sisley's Colour Perfecting Washing Care offers complete protection in 3 key steps:
- Fix the colour and protect against fading
- Reviving beauty and prolonging shine
- Protecting the scalp and soothing sensations of discomfort





Lastswab, le premier coton-tige réutilisable

On le sait, chaque année, des milliards de produits en plastique sont jetés pour finir dans l'océan ou dans l'estomac d'animaux marins, entraînant la disparition de milliers d'espèces.

-/ It's no secret that every year, billions of plastic products are thrown into the ocean, ending up in the stomachs of marine animals, leading to the extinction of thousands of species.

www.lastswab.ch

De prime abord, les cotons-tiges peuvent sembler bien anodins dans ce désastre écologique ; pourtant, il faut savoir que 1,5 milliard d'unités sont produites chaque jour !

La prise de conscience mondiale a notamment poussé le Parlement européen à adopter un texte prévoyant d'interdire à partir de 2021 un certain nombre d'objets en plastique à usage unique (cotons-tiges, couverts, pailles…). En France, la mise sur le marché des cotons-tiges à usage unique dont la tige est en plastique est interdite depuis le 1er janvier 2020. En Suisse, le gouvernement ne s'est pas encore prononcé, mais plusieurs interpellations ont été déposées au niveau fédéral.

Forts de ce constat, trois créateurs danois ont décidé de transformer les produits traditionnels de la salle de bain à usage unique en produits réutilisables et durables.
Le premier d'entre eux est le coton-tige lavable et réutilisable LastSwab. Fabriqué en TPE médical et en nylon, il a été lancé sur la plateforme de financement participatif Kickstarter en mai dernier, où il a connu un succès fulgurant.
Désormais, les Suisses peuvent aussi se le procurer sur www.lastswab.ch et déjà dans certaines pharmacies, boutiques bio spécialisées et grands magasins.

-/ At first glance, cotton buds may seem harmless in this ecological disaster, but 1.5 billion units are produced every day!

Global awareness has prompted the European Parliament to adopt a text that would ban a certain number of single-use plastic objects (cotton buds, cutlery, straws, etc.) from 2021. In France, single-use cotton buds with a plastic stem can't be put on the market anymore since January 1st 2020. In Switzerland, the government has not yet made a decision, but several interpellations have been filed at the federal level.

Based on this observation, three Danish designers have decided to transform traditional single-use bathroom products into reusable and sustainable products.

The first of them is the washable and reusable cotton swab LastSwab. Made of medical TPE and nylon, it was launched on the Kickstarter participatory financing platform last May, where it was a huge success.

It is now also available to the Swiss at www.lastswab.ch and already in some pharmacies, organic specialty shops and department stores.

Cellcosmet CellFiller-XT, renouer le fil du temps

Au fil du temps, les émotions que nous laissons s'exprimer sur notre visage marquent la peau, faisant apparaître des rides d'expression. Dernière technologie Cellcosmet alliant l'expertise cyto et phyto, CellFiller-XT offre une correction ciblée pour un effet combleur et lissant immédiat.

-/ Over time, the emotions we let express on our face leave their mark on the skin, causing expression lines to appear. The latest Cellcosmet technology combining cyto and phyto expertise, CellFiller-XT offers targeted correction for an immediate filling and smoothing effect.

www.cellcosmet.com

Ce que notre visage révèle
Expression visible de nos émotions, telles que la joie, la tristesse ou la surprise, les mimiques contractent les muscles du visage jusqu'à 30'000 fois par jour. Avec l'âge, ces contractions répétées finissent par altérer la structure cutanée, laissant apparaître les rides d'expression. Outre la cause mécanique, ces sillons résultent également du vieillissement cellulaire, soit de l'oxydation des cellules. Concentrées principalement sur le front, le coin extérieur des yeux et la zone péribuccale, ces rides s'installent dès l'âge de 30 ans.

La solution optimale grâce à une formule exclusive
Développé par Cellap Laboratoire pour offrir une réponse adaptée à cette problématique, CellFiller-XT apporte un effet déridant immédiat. En ciblant ses actions sur les zones concernées, ce baume cellulaire intelligent offre une solution cosmétique précise.
Cette nouveauté Cellcosmet associe dans sa formule exclusive des composants cyto et phyto ultra performants, qui agissent en synergie pour des effets visibles dès la première application. Parmi les ingrédients principaux, les extraits cellulaires stabilisés (10%), obtenus grâce à la méthode exclusive CellControl™, revitalisent intensément, tandis que le Complexe Peptidique UltraRelax à base d'extraits d'hibiscus et de cresson atténue l'effet visible des crispations. Les acides hyaluroniques, présents dans le Complexe Expert Hyaluron et réputés pour leur fort pouvoir hydratant, regonflent quant à eux visiblement les tissus, redonnant à la peau son aspect lisse et naturel. La structure cutanée est également raffermie grâce aux extraits de sésame contenus dans le Complexe Volufill Liner.

Des effets visibles immédiats
Agissant tel un relaxant cutané, CellFiller-XT comble et lisse visiblement les rides d'expression. Sa texture délicieusement fondante laisse la peau douce et soyeuse. Le contour des lèvres est redessiné et galbé, la peau retrouve une hydratation optimale, effaçant instantanément les marques de fatigue. Convenant à tous types de peaux, CellFiller-XT s'applique au minimum matin et soir.

-/ What our face reveals
As a visible expression of our emotions, such as joy, sadness or surprise, facial expressions contract the facial muscles up to 30'000 times a day. With age, these repeated contractions eventually alter the skin structure, causing expression lines to appear.
In addition to the mechanical cause, these lines are also the result of cellular ageing, i.e. the oxidation of cells. Concentrated mainly on the forehead, the outer corner of the eyes and the perioral area, these wrinkles appear as early as the age of 30.

The optimal solution thanks to an exclusive formula
Developed by Cellap Laboratoire to address this issue, CellFiller-XT provides an immediate smoothing effect. By targeting its actions on the most concerned areas, this intelligent cellular balm offers a precise cosmetic solution.
This Cellcosmet novelty combines in its exclusive formula ultra-performing cyto and phyto components, which act in synergy for visible effects from the first application. Among the main ingredients, the stabilized cellular extracts (10%), obtained through the exclusive CellControl™, method, intensely revitalize, while the UltraRelax Peptide Complex based on hibiscus and watercress extracts effects of these contractions. The hyaluronic acids in the Hyaluron Expert Complex, renowned for their high moisturizing power, visibly plump up the tissues, restoring the skin's natural smoothness. The skin structure is also firmed thanks to the sesame extracts contained in the Volufill Liner Complex.

Immediate visible effects
Acting as a skin relaxant, CellFiller-XT visibly fills and smoothes expression lines. Its deliciously melting texture leaves the skin soft and silky smooth. The lip contour is redesigned and curved, the skin regains optimal hydration, instantly erasing signs of tiredness. Suitable for all skin types, CellFiller-XT is to be applied at least morning and evening.

#Lareserveathome, la Réserve vient à vous !

En ces temps d'incertitude et dans l'attente de pouvoir se retrouver à nouveau en toute sérénité, La Réserve Genève Hôtel & Spa lance La Réserve at Home.

-/ In these uncertain times and while waiting to be able to meet again in complete serenity, La Réserve Genève Hotel & Spa launches La Réserve at Home.

Hôtel La Réserve
Route de Lausanne 301, 1293 Bellevue
+41 22 959 59 59
https://shop.lareserve.ch/

Le bien-être et la sécurité de tous restent la plus grande priorité, raison pour laquelle La Réserve Genève Hôtel et Spa respecte les normes d'hygiène les plus strictes dans l'élaboration ainsi que la livraison, assurées exclusivement par les équipes de l'établissement.

La passion du vin
Depuis toujours, Michel Reybier cultive la passion du vin, du terroir et de la tradition qui s'est concrétisée par l'acquisition de domaines d'exceptions. La Réserve Genève invite à déguster un large choix de vins sélectionnés avec soins.
Une invitation à voyager à travers les vignobles tout en restant en sécurité chez soi.
Les livraisons (payantes) sont disponibles sur le canton de Genève et la région de Terre Sainte (Vaud). Hors de ces zones, il est possible de récupérer la commande à emporter directement à l'hôtel (option gratuite).

La Réserve Genève livre tous les jours de 10h à 12h (dernier délai de commande 10h) et de 17h à 19h (dernier délai de commande 17h). Il est possible de choisir le jour et la date de livraison grâce aux créneaux horaires proposés automatiquement lors du passage en caisse.

-/ The well-being and safety of all remain the highest priority, which is why La Réserve Genève Hotel and Spa complies with the strictest hygiene standards in the preparation and delivery, carried out exclusively by the establishment's teams.

A passion for wine
Michel Reybier has always cultivated a passion for wine, terroir and tradition, which has led to the acquisition of exceptional estates.
La Réserve Genève invites you to taste a wide choice of carefully selected wines.
An invitation to travel through the vineyards while staying safely at home. Deliveries (for a fee) are available throughout the canton of Geneva and the Terre Sainte region (Vaud). Outside these areas, it is possible to pick up the order as a take away at the hotel (free option).

La Réserve Genève delivers every day from 10am to 12pm (last order deadline 10am) and from 5pm to 7pm (last order deadline 5pm). It is possible to choose the day and date of delivery thanks to the time slots proposed automatically at the checkout.

RENCONTRE

Trois questions à Raffaele Crescenzo, Director F&B Operations à La Réserve Genève Hotel & Spa.

Responsable de la restauration dans sa globalité, de la qualité des services et de la cuisine, cet homme de terrain se met toujours à la place d'un client afin de le satisfaire. Il nous parle de sa mission dans une période sombre comme celle que nous traversons aujourd'hui.

Comment gère-t-on une telle crise sanitaire ?
En communicant énormément, tout en essayant de transmette le bon message et de sensibiliser les équipes dans le respect du protocole mis en place. Nous devons être précis et efficaces.

Le fait de travailler sur un concept « At Home » n'est-il pas en opposition avec le métier de l'hôtellerie ?
Non, le « Food At Home » est une très forte tendance et existait bien avant le virus. Aussi, nous avions besoin de nous reconnecter avec notre clientèle. C'est la raison pour laquelle nous gérons le « At Home » à 100 %, de la production à la livraison. Ce sont par exemple nos voituriers qui livrent…

Comment imaginez-vous l'après-crise ?
Très bien, cette crise représente une opportunité de se perfectionner. Nous vivons un moment où nous sommes très observés, aussi bien par nos clients que par les institutions. De quoi nous permettre de nous corriger, de nous remettre en question, et ce, pour le meilleur. Notre offre et nos services n'en seront que meilleurs, sans oublier notre sens du détail.

-/ MEETING
Three questions to Raffaele Crescenzo, F&B Operations Director at La Réserve Genève Hotel & Spa

Responsible for the restaurant as a whole, for the quality of the services and the cuisine, this hands-on man always puts himself in the shoes of a customer in order to satisfy them. He tells us about his mission during dark times like the one we are going through today.

How do you deal with a health crisis like this?
By communicating a great deal, while trying to convey the right message and raise awareness among the teams in accordance with the protocol that has been put in place. We have to be precise and efficient.

sn't working on an "At Home" concept at odds with the hotel business?
No, "Food At Home" is a very strong trend and existed long before the virus. So we needed to reconnect with our customers. This is why we handle "At Home" 100%, from production to delivery. For example, it is our own valet drivers who are in charge of the deliveries...

How do you imagine the post-crisis period?
Very well, this crisis represents an opportunity for improvement. We are living in a time when we are being closely watched, both by our clients and by institutions. This allows us to correct ourselves, to question ourselves, and to do so for the better. Our offer and our services will only get better, not to mention our attention to detail.

Réouverture de la terrasse Poolgarden de l'Hôtel Président Wilson

Qui a dit qu'il fallait partir loin pour s'évader cet été ? Cette oasis aux airs de Côte d'Azur deviendra sans aucun doute votre QG cette saison.

-/ Who said you had to go far away to escape this summer? This French Riviera oasis will undoubtedly become your HQ for the coming season.

Hotel President Wilson
47, Quai Wilson 1211 Genève
+41 22 906 65 17
www.terrassepoolgarden.com

On l'attendait tous avec impatience : la terrasse Poolgarden de l'Hôtel Président Wilson rouvrira ses portes le 11 mai avec une offre de services et un horaires adaptés, mais une évasion garantie ! Le bar ainsi que la partie restaurant face au lac proposeront en continu une carte de restauration unique typique de l'hôtel. On y retrouvera l'incontournable burger et le club sandwich, mais aussi des salades, poissons ou encore mezzés libanais, sans oublier glaces et cocktails. Bref, une carte à l'image et aux couleurs de l'hôtel à déguster confortablement installé/e sur un lounge au bord de la piscine ou côté lac.
La piscine chauffée rouvrira quant à elle début juin.

-/ We were all looking forward to it: President Wilson Hotel's Poolgarden Terrace will reopen on May 11th with adjusted services and schedules, but the escape is guaranteed nonetheless! The bar as well as the restaurant area facing the lake will continuously offer a unique restaurant menu typical of the hotel. There will be the unmissable burger and club sandwich, but also salads, fish or Lebanese mezze, not to mention ice cream and cocktails. In short, a menu in the image and colors of the hotel to be enjoyed in the comfort of a lounge by the swimming pool or by the lake.
As for the heated swimming pool, it will reopen at the beginning of June.

Des chalets de prestige à la montagne

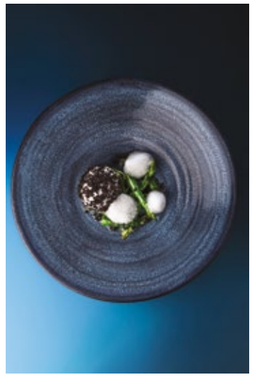
Pour vous retrouver en famille ou entre amis, découvrez de prestigieux chalets avec services hôteliers au cœur du massif des Aravis.

-/ To get together with family or friends, discover exclusive chalets with hotel services in the heart of the Aravis massif.

Les Chalets PVG
+33 (0)4 50 02 59 10
www.residences-pvg.fr

Situés à La Clusaz, à seulement 30 minutes d'Annecy et de son lac, les chalets du Groupe PVG bénéficient d'une vue panoramique sur la nature environnante. Pouvant accueillir de 6 à 22 personnes, ces authentiques chalets d'exception, construits dans la pure tradition architecturale savoyarde, disposent de vastes espaces à vivre chaleureux et de chambres des plus « cocooning ». Pour parfaire votre séjour, bénéficiez de prestations hôtelières telles que le ménage, la livraison du petit déjeuner ainsi que les services sur mesure disponibles auprès de l'équipe de conciergerie !
Offrez-vous un séjour inoubliable entre lac et montagnes en choisissant le chalet de vos rêves!
Le Groupe PVG dispose également de deux résidences avec services à La Clusaz, Les Grandes Alpes** et Les Cimes*****.**

-/ Located in La Clusaz, just 30 minutes away from Annecy and its lake, the Group PVG chalets offer a panoramic view of the surrounding nature.
These exceptional, authentic chalets, built in the pure Savoyard architectural tradition, can accommodate from 6 to 22 people and have vast, warm living spaces and the most "cocooning" bedrooms ever.
To make your stay even more enjoyable, take advantage of hotel services such as cleaning, breakfast delivery and tailor-made services available from our concierge team! Treat yourself to an unforgettable stay between lake and mountains by choosing the chalet of your dreams! Groupe PVG also has two serviced residences in La Clusaz, Les Grandes Alpes**** and Les Cimes*****.



TRAITEUR By Dominique Gauthier, BEAU-RIVAGE GENÈVE

Inspiré par les plus grands, auréolé d'une étoile au guide Michelin et d'un 18/20 au Gault & Millau, le Chef Dominique Gauthier est, au Chat-Botté, dans un lieu taillé à la mesure de son talent.

-/ Inspired by the greatest, awarded a star in the Michelin guide and an 18/20 in the Gault & Millau, Chef Dominique Gauthier works at Chat-Botté, a place that reflects his talent.

Hôtel Beau-Rivage Genève
Quai du Mont Blanc 13 - 1201 Genève
+41 22 716 69 35
www.beau-rivage.ch

Ce qui l'anime avant tout c'est la passion. Celle du raffinement des goûts et de l'excellence dans l'assiette. Celle du beau produit de saison, du terroir, l'exclusivité des produits d'exception. Et puis bien sûr, la passion de la cuisine qu'il peaufine encore et toujours, en véritable curieux et exigeant qu'il est. Traiteur by Dominique Gauthier mettra sa grande expérience de l'événementiel au service de votre projet et s'adaptera à toutes vos attentes. À l'occasion d'un séminaire, d'un dîner VIP, d'une inauguration ou encore d'un lancement de produit, marquez l'esprit et le cœur de vos invités en leur offrant une expérience gastronomique exclusive au goût d'excellence et de perfection !

-/ What drives him above all is passion. A passion for taste and refinement, for excellence on the plate. That of the beautiful seasonal product, of the terroir, the exclusivity of exceptional products. And then of course, the passion for cooking, which he refines time and time again, as the curious and demanding person that he is. Traiteur by Dominique Gauthier will put his great experience in event planning to serve your project and will adapt to meet all your expectations. For a seminar, a VIP dinner, an inauguration or a product launch, mark your guests' minds and hearts by offering them an exclusive gastronomic experience in the taste of excellence and perfection!

LE JARDIN

L'Hôtel Le Richemond est toujours resté ouvert pour ses clients

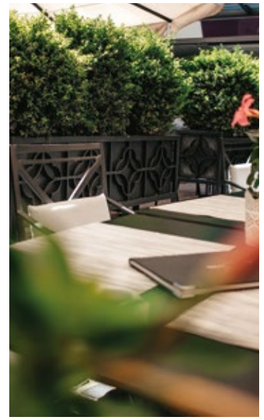
Ce n'était pas une surprise que, lorsque le Conseil Fédéral nous annonça la possibilité de rouvrir Le Jardin à partir du 11 mai, toute la brigade ait dit présent quand le Chef Bourrel leur a dit qu'il voulait ouvrir le plus vite possible.

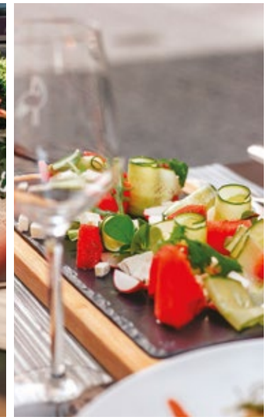
-/ No surprise to see that, upon the Federal Council announcement of the possibility to open Le Jardin on May 11th, the full brigade answered present when the Chef Bourrel told them he wanted to open as soon as possible.

Hôtel Le Richemond
Rue Adhémar-Fabri 8-10 | 1201 Genève | Suisse
+41 78 753 26 82
shop.lerichemond.com

C'est bien pour nos clients fidèles qu'il a concocté avec son équipe une nouvelle carte estivale ou vous retrouverez les ingrédients phares des meilleurs producteurs du terroir Genevois.
Un travail reconnu par le célèbre Guide Gault & Millau avec la note de 17 sur 20 et avec la récompense « Meilleur Chef Pâtissier Suisse » pour Sébastien Quazzola.
A la demande de ses clients qui préfèrent manger à la maison, dans les jardins de Brunswick ou bord du lac, le Jardin propose une nouveau service « Gourmet Take-Away ». Il suffit de passer commande par téléphone ou directement sur le site www.shop.lerichemond.com pour être livré le jour même.

-/ It was for our loyal customers that he created together with his team a new summer menu where you will find the key ingredients from the best local producers on the Geneva state.
In recognition to his work the famous Gault & Millau guide rated Le Jardin 17 out of 20 and awarded Chef Sebastien Quazzola the "Best Swiss Pastry Chef" title.
At the request of our customers willing to eat at home, in Brunswick Gardens or by the lake, Le Jardin is now proposing a new "Gourmet Take-Away" service. Simply place your order by phone or directly on the site www.shop.lerichemond.com and pick-up your order the same day.





Douceur de vivre à l'Hôtel de la Cigogne

Se laisser surprendre par la quiétude de sa terrasse en centre-ville et s'offrir une cuisine française gastronomique dans son restaurant...

-/ Let yourself be charmed by the quietness of its terrace in the city centre and treat yourself to gastronomic French cuisine in its restaurant...

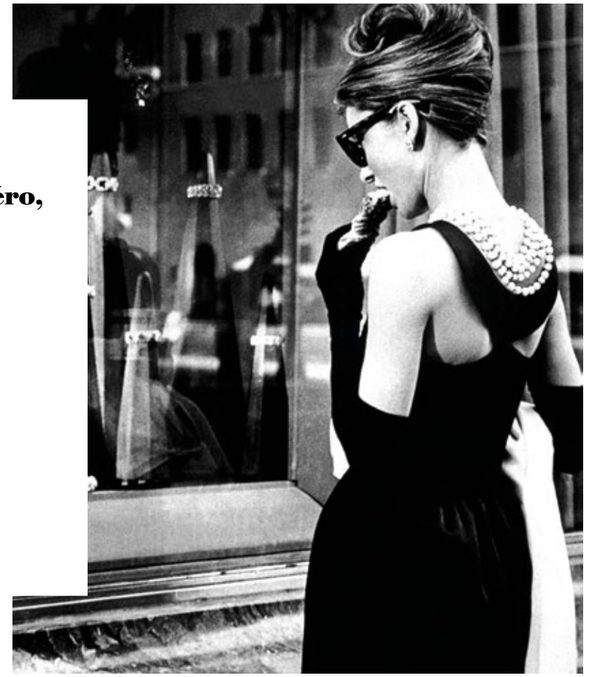
Hôtel de la Cigogne
17, place Longemalle, 1204 Genève
+ 41 22 818 40 40
www.longemallecollection.com

L'Hôtel de la Cigogne est l'adresse genevoise pour toutes les occasions.
Au Restaurant de la Cigogne, le chef Nicolas Pasquier suggère aux fins gourmets les grands classiques au fil des saisons sous leurs meilleurs attraits, relevés par une irrésistible sélection de plus de 240 crus.
Du côté du bar lounge, cocktails, smoothies et mets raffinés dans un esprit plus « brasserie » sont proposés à l'ombre du parasol.
Une terrasse où il fait bon vivre pour profiter des beaux jours dans le respect des règles sanitaires, jusqu'à la fin de l'été !

-/ The Hôtel de la Cigogne is the Geneva address for every occasion.
At the Restaurant de la Cigogne, the chef Nicolas Pasquier offers gourmets the great classics at their best throughout the seasons, enhanced by an irresistible selection of over 240 wines. At the lounge bar, cocktails, smoothies and refined dishes in a more "brasserie" spirit are served in the sunshade.
A terrace where you can enjoy the sunny days while respecting the sanitary rules, until the end of the summer!

PAS ENCORE ABONNÉ ?

COTE MAGAZINE



Afin de ne pas manquer un numéro, abonnez-vous à COTE MAGAZINE pour un ou deux ans.

Ou vous pouvez également vous abonner en ligne sur notre site
www.cote-magazine.ch

Je désire recevoir COTE magazine Genève pour un an (8 numéros) gracieusement. ☐

Je désire recevoir COTE magazine Genève pour deux ans (16 numéros) au tarif de 42.00 CHF. ☐

Nom : _____

Prénom : _____

Adresse : _____

_____

Tél. : _____

Email : _____

COTE MAGAZINE

Service Abonnement
Rue Eugène Marziano, 37
1227 GENEVE

Imprégnez-vous de l'été au WAVES

L'endroit idéal pour un séjour en mode chill

-/ The perfect place for a staycation

Best Western Premier Hôtel Beaulac
Esplanade Léopold-Robert 2, 2000 Neuchâtel
+41 32 723 11 11
www.beaulac.ch

L'été est souvent synonyme de ciel ensoleillé, d'air nautique et de plages agréables. Sans oublier quelques cocktails glacés pour savourer la saison. Les destinations balnéaires typiques étant potentiellement hors de portée, rien n'empêche pour autant de profiter d'un goût de vacances estivales : En effet, si la mer est loin, au WAVES, la sensation d'être à l'heure d'été ne l'est certainement pas. Conçu en hommage au lac de Neuchâtel, le WAVES Sky Lounge Bar rayonne d'un esprit maritime d'eau douce unique. Trouvez un spot au soleil, regardez les bateaux passer, et laissez les mixologistes vous servir un peu de fraîcheur. N'oubliez pas d'emporter votre selfie-stick pour une pose parfaite... la terrasse de 615 m² du WAVES offre un cadre exceptionnel et un panorama « so chic » pour vos photos. Que ce soit pour la journée ou pour un séjour prolongé, le WAVES, l'hôtel Beaulac et le restaurant Lake Side vous accueillent à bras ouverts à Neuchâtel !

-/ Summer vibes are often full of sunny skies, nautical air and cozy beaches. Not to forget a few ice cold cocktails to savor the season. But, with typical seaside destinations potentially out of reach, it's time to enjoy a little summer staycation. While the sea may be far, at WAVES the summer time feeling certainly isn't. Built as a tribute to Lake Neuchâtel, WAVES Sky Lounge Bar radiates a unique freshwater maritime spirit. Find a spot in the sun, watch boats cruise by, and let the mixologists serve you up something fresh. Remember to bring your selfie-stick for a perfect pose… the 615m² rooftop terrace at WAVES provides a chic panoramic hotspot for photos. Come for the day, or come for a staycation. WAVES, Hotel Beaulac and Lake Side restaurant are ready to welcome you to Neuchâtel.

INTERCONTINENTAL GENÈVE

Safe Meetings with Safe Standards

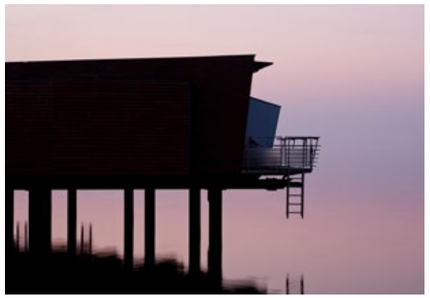
In this new reality, we are your trusted partner.

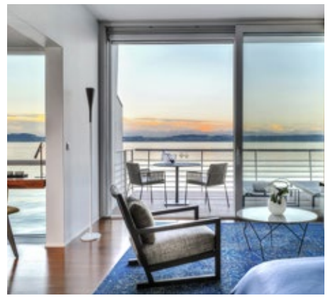
for 135* CHF
per day and person.

We provide the best sanitary
& hygiene standards for your meeting.

Package applies to a minimum of 10 people or more.
*Only valid from June till August 30th

Contact: gvaha.sales@ihg.com





S'évader au bout du monde… Si près de chez soi

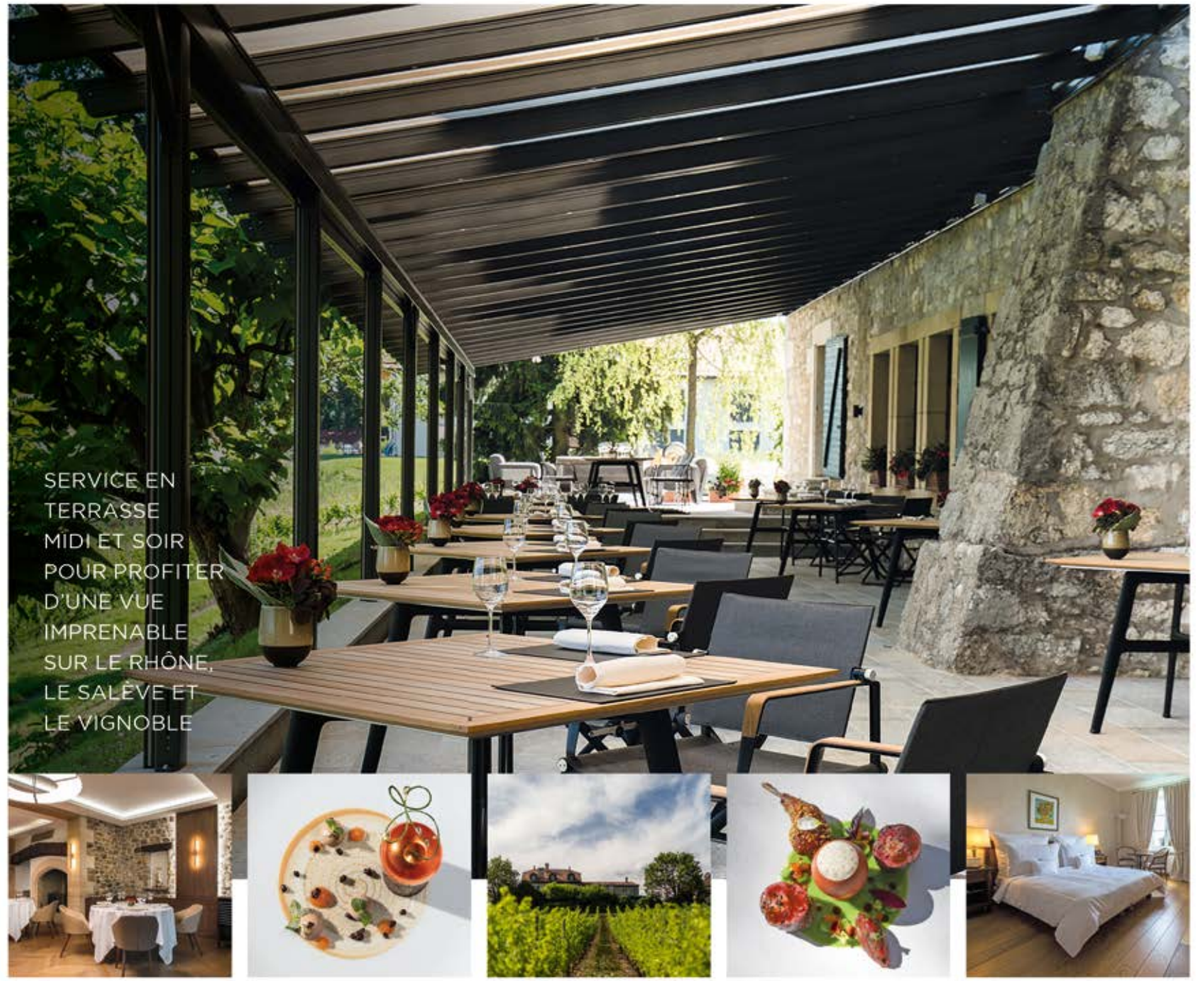
Après plusieurs semaines de repos, l'Hôtel Palafitte, l'atypique hôtel cinq étoiles neuchâtelois posé sur pilotis, avait hâte d'accueillir à nouveau ses hôtes en quête d'évasion.

-/ After several weeks of rest, the Hotel Palafitte, the atypical five-star Neuchâtel hotel on stilts, was eager to welcome back its guests in search of escape.

Hôtel Palafitte
Route des Gouttes-d'Or 2, 2008 Neuchâtel
+41 32 723 02 02 ou reservation@palafitte.ch
www.palafitte.ch

Et d'évasion, qui n'en a pas besoin après ces semaines tourmentées, confinées… Alors, avant de pouvoir retrouver les routes du monde, si on s'accordait un instant de rêve ici et maintenant, dans une bulle réconfortante?
Au coeur d'un environnement idyllique, face à un paysage somptueux, l'Hôtel Palafitte est un lieu de séjour confidentiel qui cultive le raffinement et la simplicité, conjuguant luxe et bien-être en toute intimité. À l'air libre, dans un cadre privilégié, les yeux plongés dans le scintillement de l'eau, tout concourt au bien-être.
Le restaurant La Table de Palafitte et son Chef Maxime Pot vous accueillent dans un cadre repensé pour respecter l'ensemble des mesures d'hygiène et de sécurité; le bar et les deux terrasses les pieds dans l'eau sont également accessibles. Une escapade essentielle, à quelques heures, voire quelques minutes de chez vous…

-/ And who doesn't need escape after these troubled, confined weeks? So, before we can get back to roaming the roads of the world, what if we had a dream moment here and now, in a comforting bubble?
At the heart of an idyllic environment, facing a sumptuous landscape, the Hotel Palafitte is a confidential place of stay that cultivates refinement and simplicity, combining luxury and well-being in complete privacy. In the open air, in a privileged setting, with eyes immersed in the sparkle of the water, everything contributes to well-being.
The restaurant La Table de Palafitte and its Chef Maxime Pot welcome you in a redesigned setting to respect all the measures of hygiene and safety; the bar and the two terraces on the waterfront are also accessible.
An essential getaway, a few hours or even minutes from home…



DOMAINE DE CHÂTEAUVIEUX
RESTAURANT & HÔTEL

MICHELIN · Gault&Millau · RELAIS & CHATEAUX. · LES GRANDES TABLES DU MONDE · LES GRANDES TABLES DE SUISSE

RESTAURANT GASTRONOMIQUE / TABLE D'HOTES / HOTEL****

CHEMIN DE CHÂTEAUVIEUX 16 / SATIGNY / GENEVE / +41 (0)22 753 15 11
OUVERT TOUT L'ÉTÉ DU MERCREDI AU DIMANCHE MIDI

WWW.CHATEAUVIEUX.CH

044 580 90 90

Cartier

COLLECTION JUSTE UN CLOU

Votre boutique Cartier ouvre à nouveau ses portes afin de vous accueillir.
Nous nous réjouissons de vous retrouver dans le plus strict respect des consignes
de sécurité et de protection pour vous et nos équipes.

Retrouvez toutes les informations sur cartier.ch