

COTE

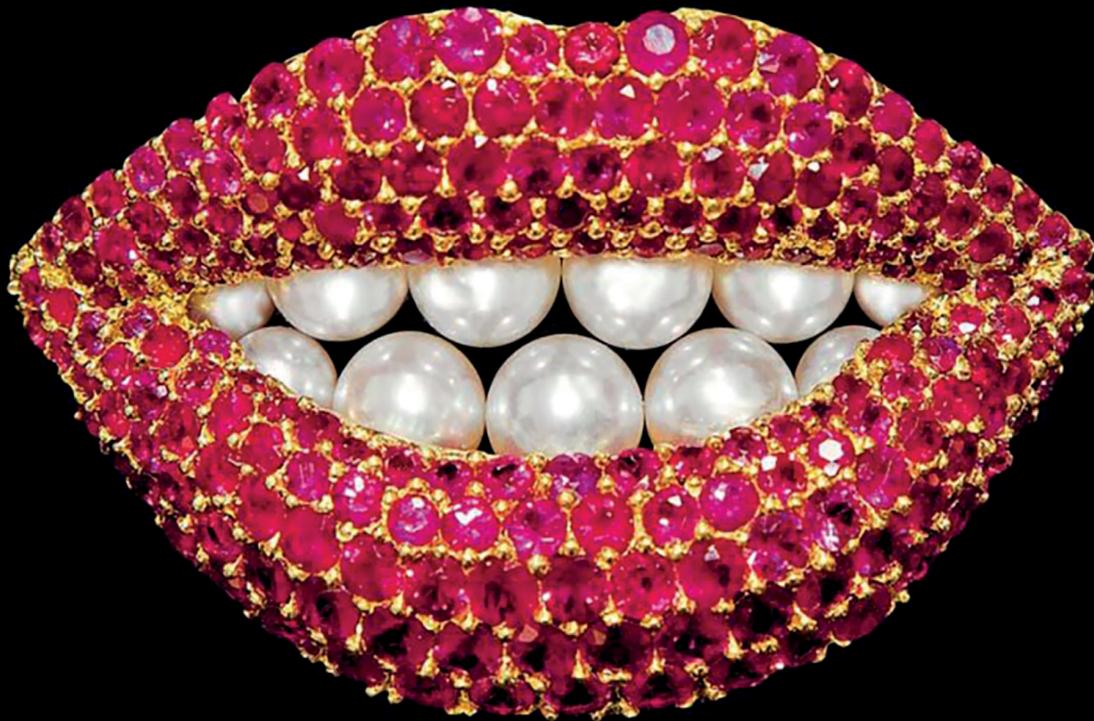
M A G A Z I N E

HAUTE JOAILLERIE

POP ART JOAILLIER

LUCIA SILVESTRI, REINE DES PIERRES
LA HAUTE JOAILLERIE À PARIS - 70' SHADES
MONTRES À LA BAGUETTE - LA VIE EN BLEU
LES DEUX PILIERS CRÉATIFS DE PIAGET
CHANEL N°5 MASTERPIECE - LA PERLE RARE

ENIVREZ-VOUS - WHO KNEW ? - WOVEN CITY - TAYCAN CROSS TURISMO - GHOST 2021 - OBJETS DE BONHEUR
WATCHES & WONDERS 2021 - THE CHANEL ICONIC - ROSE HERMÈS - QUAND LA BEAUTÉ SE FAIT COSM'ÉTHIQUE



N° 118 - MAI / JUIN 2021 - CHF 8.50

EXTREMELY ADDICTIVE

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

www.cote-magazine.ch



MARGOT ROBBIE

CHANEL.COM



CHANEL

J12

UNE HISTOIRE DE SECONDES

MOUVEMENT AUTOMATIQUE MANUFACTURE

MONTRE EN CÉRAMIQUE HAUTE RÉSISTANCE. FABRIQUÉE EN SUISSE. GARANTIE 5 ANS.



ENJOY RESPONSIBLY



ENJOY RESPONSIBLY



Forbes

GLOBAL PROPERTIES

SWISS  ALPS

Escape the ordinary

fgp-swissandalps.com



Hors contexte...

-/ ALONE IN THE WORLD

Il y a quelques semaines, j'étais à Miami et je me baladais sur Collins avenue lorsque j'aperçus un type que je connaissais très bien qui se dirigeait vers moi. J'avais beau me creuser la cervelle, impossible de me souvenir de son nom ni d'où je le connaissais.

Certes, ceux qui ont l'habitude de lire mes « tocales » ne seront pas plus surpris que cela, j'ai un vrai problème pour retenir les noms mais reconnaissons que cette sensation est fréquente lorsque l'on croise à l'étranger quelqu'un que l'on connaît chez soi, ou vice versa. Un visage hors contexte crée une sorte de confusion. Pourtant, celui-ci m'était si familier qu'il me faudrait certainement m'arrêter, le saluer, bavarder, il allait sans doute me dire : « mon cher Olivier, comment vas-tu ? » et peut-être même « finalement, tu l'as fait ce truc dont tu m'avais parlé ? » et moi je ne saurais plus sur quel pied danser. Feindre de ne pas le voir ? Trop tard. Il regardait encore de l'autre côté de la rue mais il s'apprêtait à tourner la tête dans ma direction. Autant prendre les devants, le saluer et chercher à le restituer d'après la voix, les premiers échanges... Nous étions à deux pas l'un de l'autre, j'allais me fendre d'un large et radieux sourire, tendre la main, quand tout à coup je l'ai reconnu.

C'était Charlie Sheen !

Naturellement, nous ne nous étions jamais rencontrés. Moi, je le connais, enfin, je le reconnais, lui... c'est une autre histoire. Une fraction de seconde m'a suffi à suspendre mon geste, et je l'ai croisé, le regard perdu dans le vide, un vrai abruti !

Par la suite, j'ai réfléchi à cet incident pour en conclure qu'il n'y avait rien là que de très normal. Ces visages d'acteurs ou d'actrices peuplent notre mémoire, nous avons passé en leur compagnie des heures entières devant un écran. Ils nous sont devenus familiers et parfois même davantage.

En règle générale, quand on croise quelqu'un que l'on ne connaît pas personnellement, on ne le dévisage pas, on ne le montre encore moins du doigt, on ne parle pas de lui à voix haute alors même qu'il peut nous entendre. Il s'agirait là de comportements impolis, malveillants, à la limite de l'agressivité. En fait, nous sommes désorientés de voir un protagoniste de l'imaginaire médiatique entrer soudain dans la vie réelle, mais en même temps, nous nous comportons à l'égard de personnages réels comme s'ils appartenaient encore à l'imaginaire, comme s'ils étaient sur un écran ou dans un COTE magazine. Au début, les médias nous ont persuadés que l'imaginaire était réel, maintenant ils nous convainquent que le réel est imaginaire, et plus les écrans nous donnent à voir de la réalité, plus le quotidien devient cinématographique. Jusqu'à ce que nous en arrivions à penser – ainsi que le voulaient certains philosophes – que nous sommes seuls au monde, et que tout le reste est le film que Dieu nous projette devant les yeux. Je l'ai cru pendant longtemps... Et si c'était vrai ?

-/ A few weeks ago I was in Miami and walking along Collins Avenue when I spotted someone I knew very well heading towards me. I racked my brains but just couldn't remember his name or where I'd seen him.

OK, if you're used to reading about my «whims» then you won't be all that surprised, I have a real problem remembering names but let's agree that it often happens when you see someone from home abroad and vice versa.

A face without context causes confusion. However, this face was so familiar I thought I'd have to stop, say hello, chat and he'd surely say, «How are you my dear Olivier?» or even, «So in the end, did you do what you said you were going to?» and I wouldn't know what to do next.

Pretend not to have seen him? Too late. He was still looking at the other side of the road but was about to turn his head towards me. Time to make the first move, say hello, try to place his voice, chit-chat...

We were seconds from each other, I was going to put on a big grin, hold out my hand, when all of a sudden I recognised him. It was Charlie Sheen!

Naturally, we've never met. I know him, or rather I recognise him, but it's a different story for him. It took just a fraction of a second to stop what I was doing and I went past him, staring at nothing, a real idiot!

It got me thinking and I realised that there was nothing out of the ordinary about it at all. Our heads are filled with actors' faces as we've spent hours with them in front of the screen.

They've become familiar to us, sometimes overly familiar.

Generally speaking, when you see someone you don't personally know, you don't stare at them, you certainly don't point at them or shout about them when they can hear you. That would be impolite, rude and bordering on the aggressive.

What happens is we're disorientated by seeing someone from the imaginary media suddenly appear in real life but we behave towards these real people as if they were still imaginary, as though they were onscreen or in COTE magazine.

The media started out by persuading us that the imaginary was real but now it has us believe that reality is imaginary.

The more our screens depict reality, the more everyday life becomes dramatic to the extent that we think (just like certain philosophers) that we're alone in the world and that everything else is a film that God (or a mad genius) is screening for us. I believed that for a long time... What if it were true?

RICHARD MILLE



CALIBRE RM 72-01

BOUTIQUE RICHARD MILLE
SUISSE

Rue du Rhône 78
1204 Genève - Tél. +41 22 810 85 73

www.richardmille.com



ENIVREZ-VOUS

En plus de nous toucher et de nous émouvoir, la poésie nous guide, elle inspire nos vies. Si certains doutent de ce pouvoir, qu'ils tendent l'oreille à la voix de Serge Reggiani récitant du Baudelaire... C'est beau à en pleurer mais, surtout, c'est d'une vérité sans nom.

En 1968, face à la journaliste Denise Glaser et sous le regard d'une seule caméra de télévision, le chanteur et acteur Serge Reggiani répondait à une question par un poème: Enivrez-vous, de Charles Baudelaire. Près de 55 ans plus tard, l'INA ressort les images, les poste sur Facebook... et provoque une avalanche de réactions...

Chaque mot est prononcé avec juste ce qu'il faut de passion, de finesse et de sensibilité. Chaque phrase est portée par le regard profond et puissant de celui qui croit à ce qu'il dit et à ce qu'il aime. Une magnifique invitation à l'ivresse permanente. Lisez... ou plutôt regarder...



ENIVREZ-VOUS

Il faut être toujours ivre. Tout est là : c'est l'unique question.

Pour ne pas sentir l'horrible fardeau du Temps qui brise vos épaules et vous penche vers la terre, il faut vous enivrer sans trêve.

Mais de quoi ? De vin, de poésie ou de vertu, à votre guise.
Mais enivrez-vous.

Et si quelquefois, sur les marches d'un palais, sur l'herbe verte d'un fossé, dans la solitude morne de votre chambre, vous vous réveillez, l'ivresse déjà diminuée ou disparue, demandez au vent, à la vague, à l'étoile, à l'oiseau, à l'horloge, à tout ce qui fuit, à tout ce qui gémit, à tout ce qui roule, à tout ce qui chante, à tout ce qui parle, demandez quelle heure il est ; et le vent, la vague, l'étoile, l'oiseau, l'horloge, vous répondront : « Il est l'heure de s'enivrer ! »

Pour n'être pas les esclaves martyrisés du Temps, enivrez-vous ; enivrez-vous sans cesse ! De vin, de poésie ou de vertu, à votre guise. »

Baudelaire, Le Spleen de Paris, XXXIII

-/ Aside from touching and moving us, poetry guides us and inspires our lives. If some doubt this power, let them listen to the voice of Serge Reggiani reciting Baudelaire... It is beautiful beyond words but, above all, it speaks the truth like no other.

In 1968, in front of the journalist Denise Glaser and under the gaze of a single television camera, the singer and actor Serge Reggiani answered a question with a poem: Enivrez-vous, by Charles Baudelaire. Nearly 55 years later, the INA shows the images, posts them on Facebook ... and triggers an avalanche of reactions ...

Each word is pronounced with just the right amount of passion, finesse and sensitivity. Each sentence is carried by the deep and powerful look of the one who believes in what he says and in what he loves. A magnificent invitation to permanent intoxication. Read... or rather watch...



GET INTOXICATED

One must always be intoxicated. That's it, that's the only matter.

In order not to feel the horrible burden of Time that breaks your shoulders and bends you down to the earth, you must get constantly intoxicated. But with what? Wine, poetry or virtue, as you please. But get intoxicated.

And if sometimes, on the steps of a palace, on the green grass of a ditch, in the dreary solitude of your room, you wake up, with your drunkenness already decreased or gone, ask the wind, the wave, the star, the bird, the clock, everything that flees, everything that moans, everything that rolls, everything that sings, everything that speaks, ask what time it is ; and the wind, the wave, the star, the bird, the clock, will answer you: «It's time to get intoxicated!

To avoid being the martyred slaves of Time, get intoxicated, all the time! With wine, poetry or virtue, as you please. «

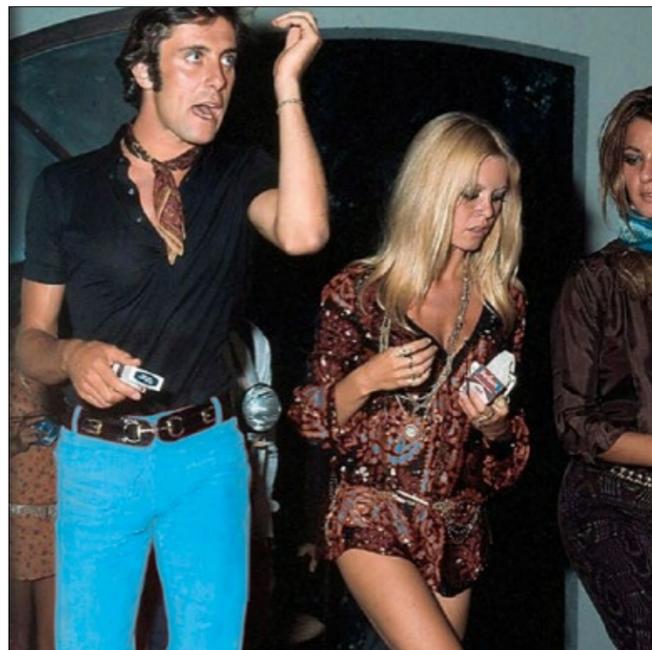
Baudelaire, The Spleen of Paris, XXXIII



GRAFF
TRIBAL

COTE

M A G A Z I N E



Gigi Rizzi, l'élégant milanais se fit connaître pour ses trois mois d'idylle avec Brigitte Bardot en 1968.



Kirk Douglas prepares to go waterskiing at the Hotel du Cap-Eden-Roc in Antibes on the French Riviera, August 1969. ©Slim Aarons.

EDITO : HORS CONTEXTE...	08
TOCADE : ENIVREZ-VOUS	10
POST-SCRIPTUM	19
LIVRES	20
SAVOIRS INUTILES	22
WOVEN CITY	24
LES VOILES	26
TENDANCES	29
PORSCHE TAYCAN CROSS TURISMO	30
ROLLS-ROYCE GHOST 2021	32
LA TETE DANS LE GUIDON	34
THE CHANEL ICONIC : LA CAMPAGNE	38
OBJETS DE BONHEUR	40
ROSE HERMÈS : L'AURA D'UNE CARNATION	42
QUAND LA BEAUTE SE FAIT COSM'ETHIQUE	46
BEAUTY CRUSH	50
VOYAGE OLFACTIF	52
WATCHES & WONDERS GENEVA 2021	53
LA PREMIERE EDITION DIGITALE D'UN SALON HORLOGER	
"38 MANUFACTURES PARTICIPANTES"	54
UN COLLECTOR PRECIEUX QUI SE PARE DE VERT	56
VACHERON CONSTANTIN LA BELLE AMERICAINE	60
UNE REVERSO SANS LIMITES	64

MESSIKA

PARIS



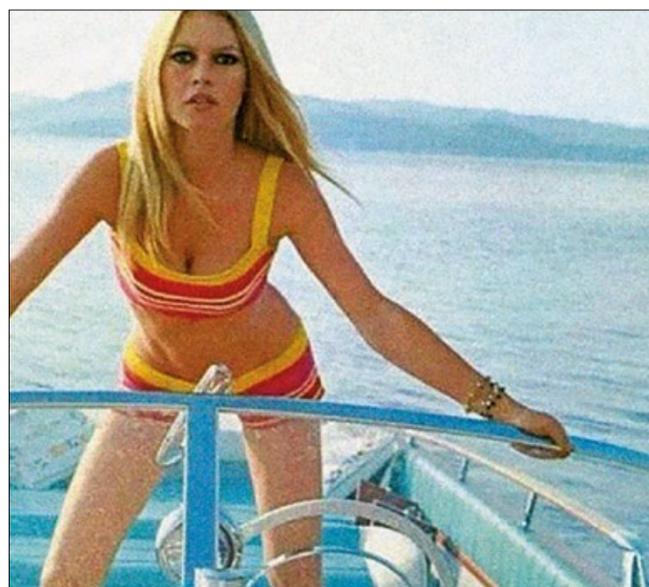
NOUVELLE BOUTIQUE

Place Longemalle, 13 | Genève

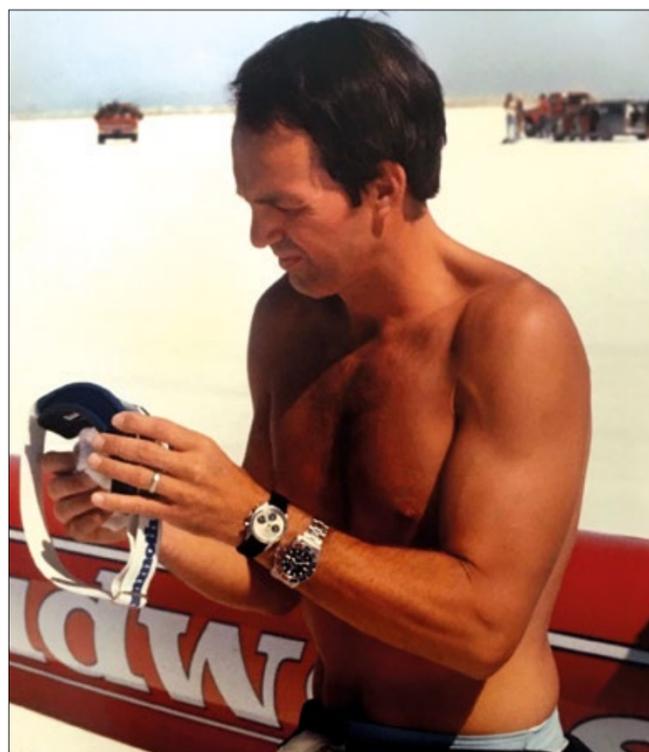
T. +41 22 310 00 51

COTE

M A G A Z I N E



Brigitte Bardot à bord de «Nounours», le Riva Super Florida n° 341, offert par son ancien mari, Roger Vadim, en 1959.



Stan Barrett portant sa Rolex GMT-Master et Rolex Daytona au poignet gauche alors qu'il se prépare à devenir le premier homme à conduire un véhicule sur terre au-delà de la vitesse du son. Le meilleur ami de Stan Barrett, Paul Newman lui a donné cette Daytona spécialement à l'occasion de sa tentative de franchir le mur du son.

FACE TO FACE 67

PHILIPPE JOURNO	68
LILY-ROSE DEPP // CHANEL	70
LAURENT LECAMP	72
SHEKHINA BEAUTY CENTER	74
QUENTIN EPINEY & QUENTIN DU PASQUIER	76

HAUTEJOAILLERIE 79

MARRAINE – LUCIA SILVESTRI, REINE DES PIERRES	80
CHANEL HAUTE JOAILLERIE N°5 MASTERPIECE	83
SHOOTING : 70' SHADES	84
LA HAUTE JOAILLERIE À PARIS	96
LE COLLIER CRAVATE BY HERMÈS	100
MONTRES PRÉCIEUSES	102
ET LES DIAMANTS DANS TOUS LEURS ÉTATS !	104
LES DEUX PILIERS CRÉATIFS DE PIAGET	106
L'AVENTURE DE LA PERLE	110
LE LANGAGE DE LA COULEUR	112
LA VIE EN BLEU	114
ARTEGEMMA, UN STYLE À PART	116
SHOPPING PAR HERVÉ BORNE	118

WHAT'S UP 121

SPECIAL COACHING : UN CAHIER DE DESSEINS ©	122
CLINIQUE DES GRANGETTES	124
LAMBORGHINI GENÈVE SE REFAIT UNE BEAUTE	126
LA VOITURE A L'ÈRE ECOLO	128
72.8 KILOMETRES DE PLAISIR	132
SIGNATURE RB DE RAFAEL BESSA,	
L'AGENCE DE VOYAGES PRIVÉE HAUTE COUTURE	134

URBAN, NOTRE CITY GUIDE 137

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

CLINIQUE LA PRAIRIE

SWITZERLAND



90 YEARS HELPING PEOPLE LIVE LONGER AND BETTER

Since 1931, those in search of a profound change in their health and wellbeing have been coming to Clinique La Prairie to experience the pioneering fusion of science and holistic wellness. Immerse yourself in our serene environment and benefit from cutting-edge medical services, restorative wellbeing and expert nutritionists and coaches to bolster your vitality, enhance your immune system, renew your body and mind.

Unlock the Secret of Living: Discover our Longevity, Immunity, Detox and Wellness Programs.

cliniquelaprairie.com



COTE 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
Pauline Baleyrier, Isabelle Cerboneschi, Caroline Schwartz, Hervé Borne, Marianne Eschbach, Jacob Decasa, Olivier Cerdan, Jacques Julliard, 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 Vivès

PHOTOGRAPHES
Stéphane Gagnard, Pierre Orssaud,
Claire Terrailon, 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 / r.chamberlin@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 / cm@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.

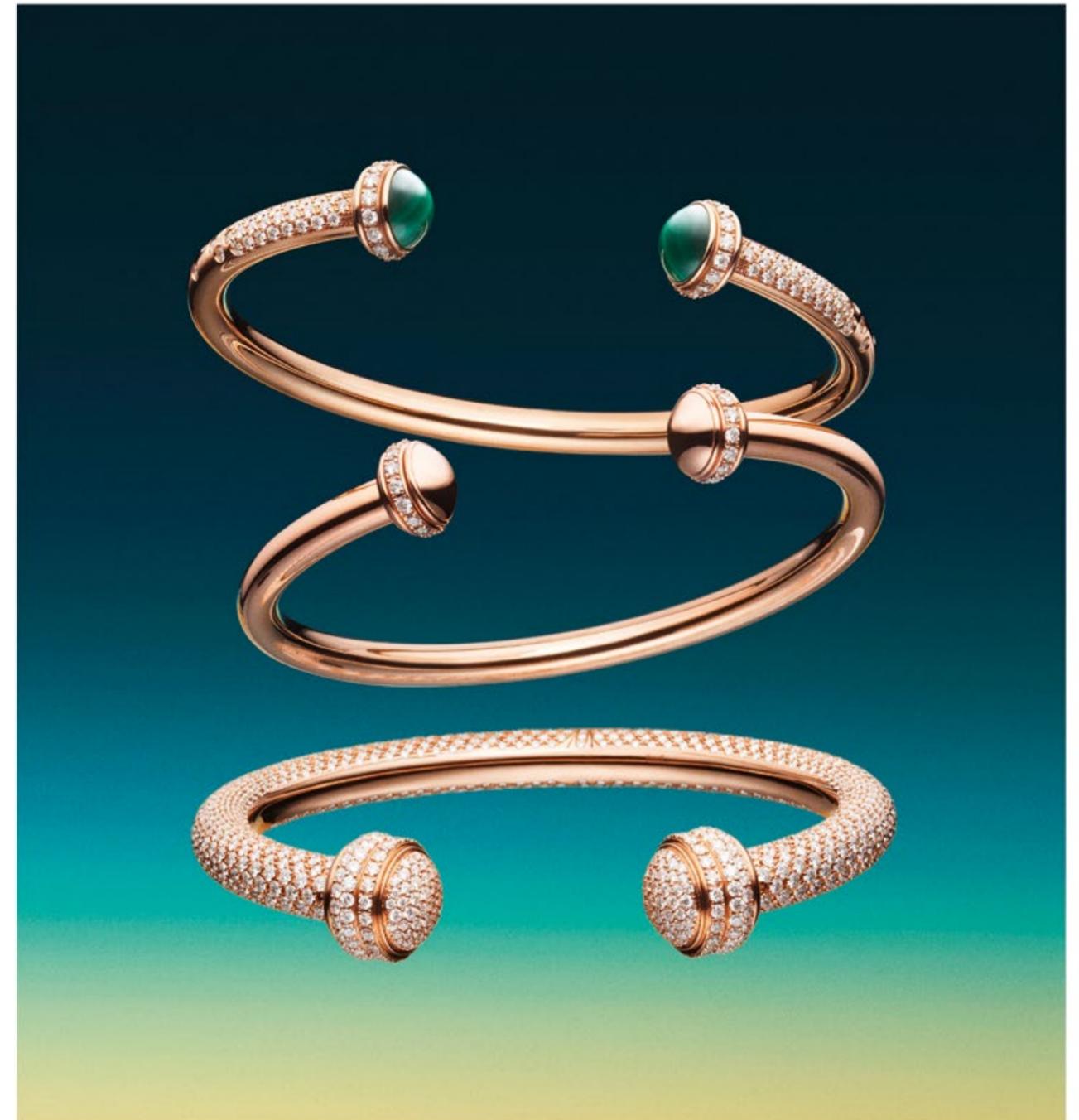
Partenariat de diffusion avec CANONICA et les salons lounge VIP de l'Aéroport de Genève - Salon Skyview et Salon Aspire - Swissport.
COTE bénéficie d'un partenariat exclusif de diffusion avec la Fondation pour Genève ainsi qu'avec l'association Les Clefs d'Or Genève.

Diffusion de COTE Magazine «Inflight» sur tous les vols **SWISS AIRLINES**
en First et Business Class.



**LE SEUL ET UNIQUE MAGAZINE
CERTIFIÉ REMP EN 2020**

TIRAGE CERTIFIÉ LE 12/06/2020
DU 1 AVRIL 2019 AU 31 MARS 2020.
23'013 exemplaires par numéros
2'188 exemplaires vendus par numéros
TIRAGE : 25'000 EXEMPLAIRES



PIAGET

COLLECTION POSSESSION

Boutique Piaget
Rue du Rhône 40 - Genève | Bahnhofstrasse 38 - Zurich | Grendelstrasse 19 - Lucerne

LA RM 40-01 TOURBILLON AUTOMATIQUE McLAREN SPEEDTAIL



Alors que Richard Mille entame la cinquième année de son partenariat avec McLaren Automotive, fabricant britannique de supercars, les deux marques sont ravies de présenter la RM 40-01 Tourbillon Automatique McLaren Speedtail, fruit de leur dernière collaboration – la plus ambitieuse à ce jour. Son nom le laisse clairement entendre, cette montre rend hommage à l'une des voitures de route les plus rapides, les plus perfectionnées et les plus surprenantes produites par McLaren Automotive : la très futuriste Speedtail.

Pour Rob Melville, directeur du design chez McLaren Automotive, la RM 40-01 illustre avec brio les raisons qui font des deux marques de parfaits partenaires.

«Notre objectif était de produire une voiture pensée comme une œuvre d'art et c'est cette même quête que démontre la RM 40-01 à travers son niveau de finitions, ses matériaux et son design intransigeant.» Au total ce sont 8 600 heures de développement, en grande partie dédiées à la l'extrême finalisation des détails, qui ont été consacrées à l'architecture du mouvement pour placer la RM 40-01 sur la première marche du podium des montres « Swiss Made ». Une édition limitée à 106 montres, allusion au caractère exclusif des 106 hypercars Speedtail fabriquées par McLaren Automotive.

-/ As Richard Mille enters the fifth year of its ongoing partnership with the luxury British supercar maker McLaren Automotive, the two brands are delighted to reveal the result of their latest and most ambitious collaboration to date - the RM 40-01 Automatic Tourbillon McLaren Speedtail. As the name suggests, this remarkable and unique watch honours the fastest, most advanced and most exotic road car McLaren has yet produced - the futuristic Speedtail.

Rob Melville, McLaren Automotive's design director, says the RM 40-01 demonstrates beautifully why the two brands make ideal partners. «With the Speedtail, we set out to produce a car that had an artistic quality to it. That has certainly come through in the watch, which beautifully mirrors the many various details of the Speedtail in its finish, materials and its uncompromising design.» The entirely new movement architecture demanded a remarkable 8,600 hours of development, much of which went into finalising the extreme level of detail.

The complexity of the components, the multitude of details and, above all, the attention applied to the finishes place the RM 40-01 firmly at the peak of Swiss-made watches. To reflect the 106 McLaren Speedtails manufactured, 106 RM 40-01 Automatic Tourbillon McLaren Speedtail watches are planned.

www.richardmille.com

LIVRES - SAVOIRS INUTILES - WHO KNEW - WOVEN CITY - ÉTÉ 2021 ON MET LES VOILES



Getting into Studio 54 was extremely difficult. If you were a star or influential enough to be placed on the guest list or have that certain «look» to be selected from the crowd by Steve Rubell or Mark Bence, the velvet rope was open and you were in! This a unique 1980's Studio 54 VIP pass!

LIVRES

Le sommeil, une sacrée allumeuse qui ne te lâche pas de la journée et se tire au moment où tu vas te coucher... Une insomnie, c'est pénible mais ô joie, c'est du temps en plus pour lire ! Certains livres ont le super pouvoir d'éclairer nos nuits blanches...

-/ Sleep, a real teaser that doesn't let go of you all day long, and it's gone the moment you go to bed... An insomnia is painful but oh joy, it means more time to read! Some books have the super power to light up our sleepless nights...



LES ECHECS DE LA RÉUSSITE

Paul-Edgar Levy
Éditions Slatkine

Pour réussir il faut se lancer, et pour apprendre il faut échouer. « L'un des objectifs de ce livre est de montrer qu'un échec est une étape ».

Être entrepreneur ne s'apprend pas, cela se vit. « Les échecs de la réussite » est un véritable partage d'expérience de la part de trente entrepreneurs aguerris, avec comme fil directeur l'histoire de la startup Cronodeal et son fondateur Alessandro Soldati qui va vous faire vivre la face-cachée de son aventure, racontées avec sincérité, passion et enthousiasme. Ce qui permet à l'entrepreneur de réussir, c'est avant tout sa capacité de transformer toute épreuve et tout échec en tremplin vers le succès.

-/ To succeed, you have to go for it, and to learn you have to fail. «One of the objectives of this book is to show that failure is a step.»

Being an entrepreneur cannot be learned, it must be lived. «Les échecs de la réussite» (the failures of success) is a true sharing of experience from thirty seasoned entrepreneurs, with the story of the startup Cronodeal and its founder Alessandro Soldati as the guiding thread. He shares the hidden side of his adventure, told with sincerity, passion and enthusiasm. What allows the entrepreneur to succeed is above all his ability to turn any ordeal and any failure into a springboard to success.

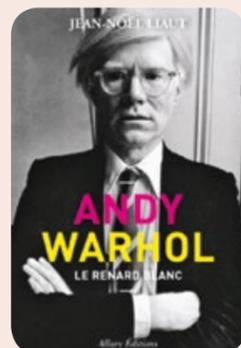


LA CONSEILLÈRE

Olivier Faye
Éditions Fayard

Cette enquête est une immersion captivante dans la politique des années 1970, où la gente féminine est quasi absente. Au fil des pages s'esquisse l'ascension bondissante de la Poitevine - jeune avocate - à Paris, ses premiers pas comme attachée parlementaire où son sens politique irradie jusqu'à la mener à l'Élysée. Elle y exerce son influence dans le sillage de Georges Pompidou. C'est aussi celle qui repère Jacques Chirac, jeune ministre ambitieux, dont elle fait son « poulain ». Si cette femme, conservatrice et libre, parvient à exister au milieu de ces grands fauves, c'est qu'elle adopte leurs codes, leur violence aussi. « La conseillère est comme Pompidou. Elle aime tirer pour tuer, le petit ou le grand gibier. »

-/ This investigation is a captivating immersion in the politics of the 1970s, almost devoid of feminine presence. Over the course of the book, we follow the rapid rise of the Poitevin woman - a young lawyer - in Paris, her first steps as a parliamentary attaché, where her political sense radiates to the point of taking her to the Élysée Palace. She exerted her influence in the wake of Georges Pompidou. She was also the one who spotted Jacques Chirac, an ambitious young minister, and made him her «protégé». If this woman, conservative and free, manages to exist in the midst of these wild cats, it is because she embraces their codes, their violence too. «The counselor is like Pompidou. She likes to shoot to kill, small or big prey alike.»



ANDY WARHOL, LE RENARD BLANC

Jean-Noël Liaut
Allary Editions

Nourri de témoignages inédits, un portrait subtil qui dévoile l'homme derrière le mythe.

Pour éclairer le mystère Warhol, Jean-Noël Liaut a mené l'enquête pendant plus de trente ans.

En déconstruisant le mythe warholien, en faisant la part de son talent et de son habileté, de ses visions prophétiques et de son sens du marketing, ce récit intime et romanesque révèle un Warhol inattendu, tour à tour touchant et agaçant, génial et opportuniste, charismatique et profondément seul. Une des biographies les plus complètes de Warhol.

-/ Nourished by unpublished testimonies, a subtle portrait that reveals the man behind the myth.

To shed light on the Warhol mystery, Jean-Noël Liaut has been investigating for over thirty years.

By deconstructing the Warholian myth, by taking into account his talent and skill, his prophetic visions and his marketing sense, this intimate and novelistic account reveals an unexpected Warhol, alternately touching and annoying, genial and opportunistic, charismatic and profoundly lonely. One of the most comprehensive Warhol biographies.

CHOISIE PAR LES MEILLEURS



WHO KNEW?

INFOS INSOLITES

A défaut d'avoir une culture générale en béton, voici quelques petits savoirs faciles à retenir et à ressortir en société et en toutes circonstances... ou pas...

FUN FACTS

-/ If you don't have a solid overall culture, here are a few facts that are easy to remember, to bring out in society and in all circumstances... or not...



Netflix a été créé en 1997. La société livrait des cassettes VHS par voie postale.
-/ Netflix was created in 1997. The company used to deliver VHS tapes by mail.



La marque Ray Ban tire son nom de la contraction de "ray banished", traduisez "rayon interdit"!
-/ The Ray Ban brand takes its name from the contraction of «ray banished»!



Skoda signifie « dommage » en Tchèque.
-/ Skoda means «damage» in Czech.



275 grammes de CO2, c'est le bilan carbone d'un e-mail de 1 Mo.
-/ 275 grams of CO2 is the carbon footprint of a 1 MB e-mail.



Le logo Chupa Chups a été créé par Salvador Dali en 1969.
-/ The Chupa Chups logo was created by Salvador Dali in 1969.



Durex est la contraction de Durability, Reliability and Excellence.
-/ Durex is a contraction of Durability, Reliability and Excellence.



L'oiseau de Twitter s'appelle Larry.
-/ The Twitter bird is named Larry.



Si Facebook était un pays, il serait le 3^{ème} pays le plus peuplé au monde après la Chine et l'Inde.
-/ If Facebook were a country, it would be the 3rd most populated in the world after China and India.



«L'Auréale» était une coiffure en vogue en 1909. Elle inspirera Eugène Schueller, fondateur de L'Oréal.
-/ «L'Auréale» was a fashionable hairstyle in 1909. It inspired Eugène Schueller, founder of L'Oréal.



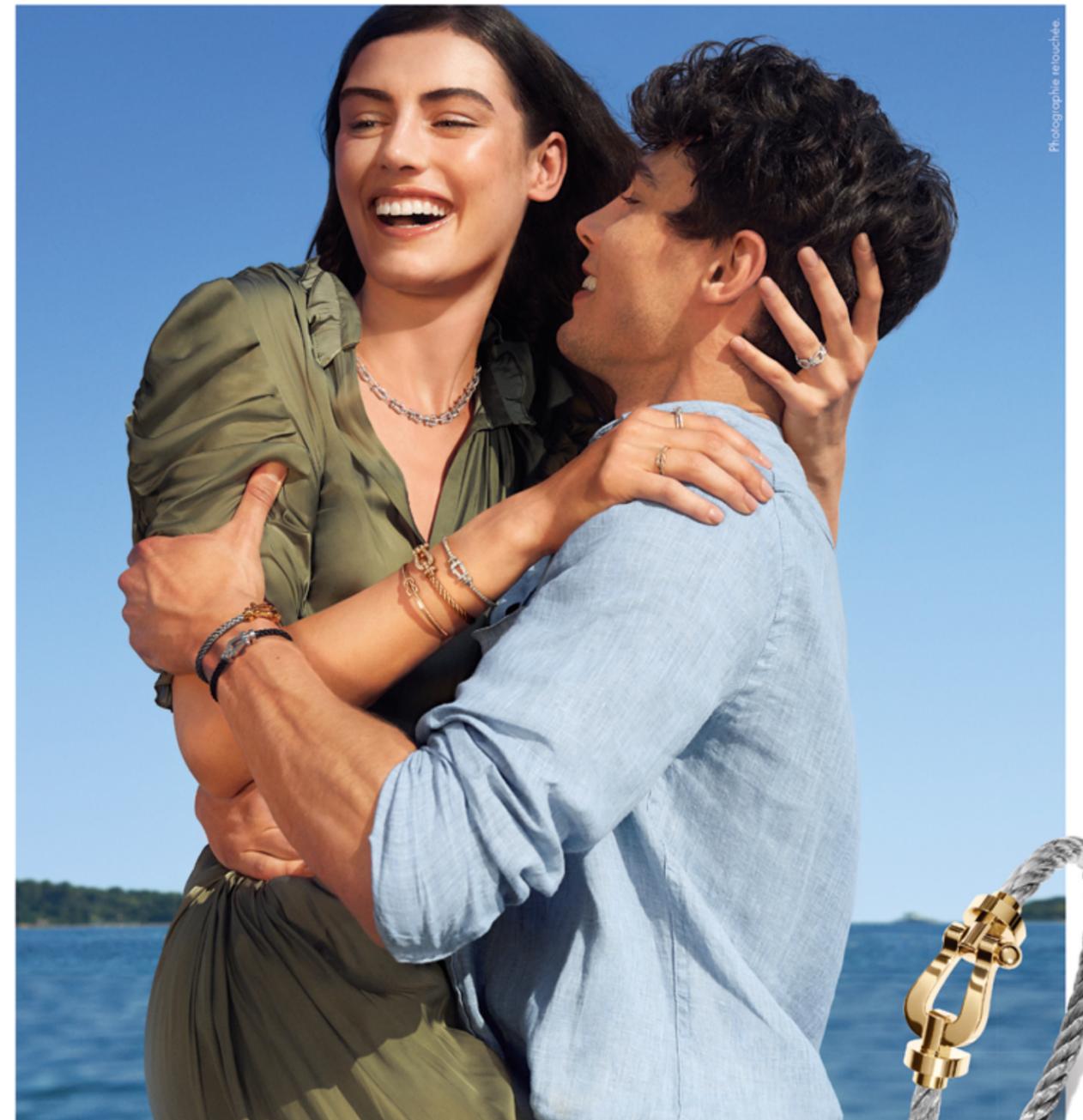
La disparition progressive de Ronald, dans les campagnes publicitaires du fast-food est due à la coulrophobie (peur des clowns).
-/ The gradual disappearance of Ronald in fast-food advertising campaigns is due to coulrophobia (fear of clowns).



Au delà d'être un porte-bonheur, le nombre 57 sur la bouteille Heinz sert à indiquer là où il faut tapoter pour faire couler le ketchup.
-/ Beyond being a good luck charm, the number 57 on the Heinz bottle is used to indicate where to tap to make the ketchup flow.



La montagne sur les emballages de Toblerone est le Mont Cervin dans les Alpes.
-/ The mountain on the Toblerone packaging is the Matterhorn in the Alps.



Vivre avec joie

LIVE THE JOY
FRED

WOVEN CITY

Les projets de villes connectées se multiplient dans le monde, notamment en Amérique du Nord et en Chine, avec les Gafa (Google, Apple, Facebook, Amazon) d'un côté et le gouvernement chinois de l'autre, de concert avec les géants locaux Huawei, Tencent ou Alibaba.

-/ Connected city projects are multiplying around the world, especially in North America and China, with the Gafa (Google, Apple, Facebook, Amazon) on one side and the Chinese government on the other, together with local giants Huawei, Tencent or Alibaba.



Ville du futur

Toyota entame son programme pour développer une ville entièrement connectée au pied du Mont Fuji. Baptisé *Woven City*, ville tissée en français, ce quartier expérimental a pour but de devenir un laboratoire géant pour les technologies du futur comme la conduite automatisée, la robotique ou l'intelligence artificielle.

«Woven City» permettra aux chercheurs de tester leurs produits, dans la vraie vie, auprès de 360 habitants tout d'abord, puis 2000 quand le quartier s'agrandira, a indiqué le géant japonais de l'automobile. Inventeurs et employés du groupe seront les cobayes de ce programme. Les responsables de Toyota ont organisé une cérémonie d'inauguration sur le terrain de 175 hectares, destiné à accueillir la ville, à l'endroit même où se trouvait autrefois une usine Toyota qui a fermé ses portes l'année dernière.

Un «laboratoire vivant»

La naissance de cette ville intelligente s'insère dans la stratégie de développement du constructeur nippon des nouvelles technologies, alors que l'évolution des réglementations et des goûts des consommateurs continue à pousser l'industrie automobile mondiale vers plus de respect de l'environnement, d'efficacité et d'automatisation.

City of the future

Toyota is launching a program to develop a fully connected city at the foot of Mount Fuji. Called *Woven City*, this experimental district aims to become a giant laboratory for future technologies such as automated driving, robotics and artificial intelligence.

Woven City will allow researchers to test their products in real life, with 360 residents at first, then 2,000 when the neighborhood expands, said the Japanese automotive giant. Inventors and employees of the group will be the test subjects of this program. Toyota officials held a ribbon-cutting

ceremony on the 175-hectare site of the city, where a Toyota factory that closed last year once stood.

A "living laboratory"

The birth of the smart city is part of the Japanese automaker's strategy to develop new technologies as changing regulations and consumer tastes continue to push the global auto industry toward greater environmental friendliness, efficiency and automation.



SCABAL GENEVA - 11 QUAI DES BERGUES - 1211 GENEVE

Eté 2021, On remet Les Voiles !

-/ SUMMER 2021, LES VOILES RELOADED!

On avait sans doute été mal (ou trop bien) habitués... Une fois n'est heureusement pas coutume, on a passé l'été dernier avec les masques... mais sans Les Voiles... Une triste première depuis le lancement du concept en 2013.

-/ We were probably used to being spoiled (were we?)... For the -unfortunate- first time since the launch of the concept in 2013, the season of «Les Voiles» had to be cancelled last summer.

#wearelesvoiles #lesvoiles2021

Et forcément, toutes les soirées festives qu'on avait prévues, imaginées, rêvées, allons même jusqu'à dire méritées après des mois de Covid et de confinement, se sont brutalement évaporées.

Je me souviens de molles soirées de cet été 2020 passées entre amis à la table d'un restaurant lambda, lourds de nostalgie, à se remémorer des moments aux Voiles, à se demander si l'année prochaine on allait enfin pouvoir y retourner. Parce que déjà en temps normal, attendre une année entière semble interminable... Mais là, presque deux !

Bon, on ne va pas faire infiniment durer ce faux suspense, vous avez lu le titre, c'est officiel, Les Voiles is back !!! A nous le sublime deck au bord du lac, l'ambiance inimitable, le bar, la musique, l'air libre, le coucher de soleil, le finger food de haute voltige, les copines qui dansent sur les canapés...

Et fidèles à leur tradition de renouvellement perpétuel saison après saison, Les Voiles nous réservent cette année encore des surprises, concoctées tout l'hiver par l'équipe du co-fondateur et directeur Alexandre Afsary. Lequel n'a pas voulu tout nous révéler...

On sait cependant qu'un accent particulier a été mis sur la restauration, qui verra son offre étoffée ; qu'une terrasse panoramique va être installée sur le site, qui comportera donc un étage accessible par un escalier, et que l'entrée aux Voiles se fera désormais via un portail privatif, en lieu et place de celui de Genève-Plage utilisé jusqu'ici. Nous savons également qu'une autre grosse surprise est prévue, mais elle est encore classée secret-défense à l'heure où nous rédigeons ces lignes... Tout cela dans la bonne humeur et la Covid-compatibilité, cela va sans dire.

Et comme une bonne nouvelle n'arrive jamais seule, sachez que Les Voiles joueront les prolongations cette année, avec une ouverture jusqu'à la fin du mois de septembre.

Mais ne pensons pas à septembre, le début de l'été est bientôt là, l'ouverture de la saison 2021 des Voiles aussi !



-/ And inevitably, all the festive evenings that we had planned, imagined, dreamed of, let's go so far as to say deserved after months of Covid and confinement, have brutally evaporated.

I remember dull evenings of that summer of 2020 spent with friends sitting at the table of a boring restaurant, filled with nostalgia, reminiscing about moments spent at Les Voiles, wondering if we would finally be able to go back next year. Because even in normal times, waiting for a whole year seems endless... But now, almost two!

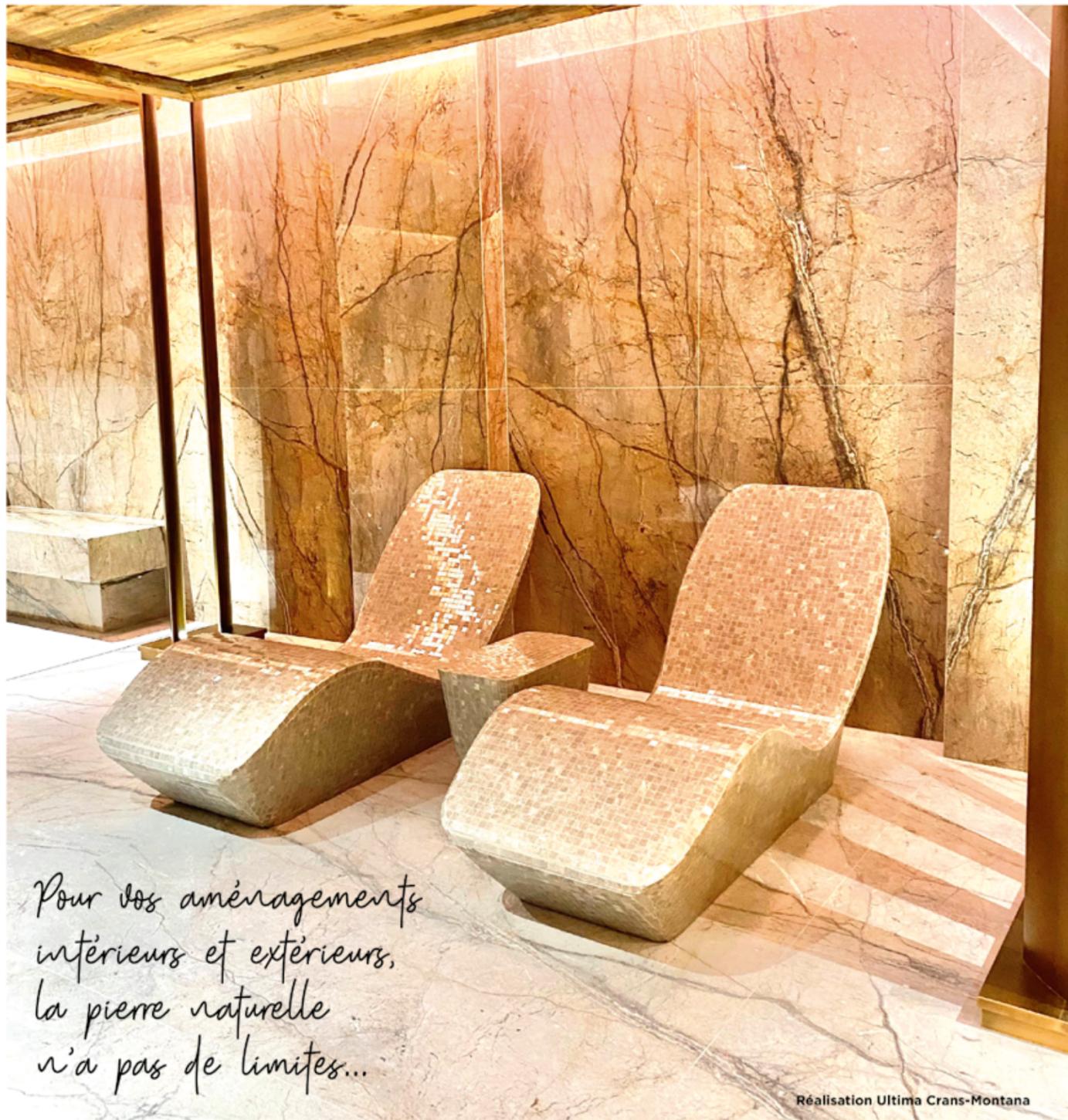
Well, we won't make this fake suspense last forever, you read the title, it's official, Les Voiles is back ! Here we are with the sublime deck by the lake, the inimitable atmosphere, the bar, the music, the open air, the sunset, the high-class finger food, the girlfriends dancing on the sofas...

And in keeping with their tradition of perpetual renewal season after season, Les Voiles has some surprises in store for us again this year, cooked up all winter by the team of co-founder and director Alexandre Afsary. Who did not want to reveal everything to us...

We do know, however, that particular emphasis has been placed on the restaurant, which will see its offer expanded; that a panoramic terrace will be set on the site, which will thus have a floor accessible by a staircase, and that the entrance to Les Voiles will henceforth be via a private gate, instead of the one at Genève-Plage used until now. We also know that another big surprise is coming, but that's still classified as top secret at the time of writing... Good vibes and Covid-compatibility, what else ?

And as good news never comes alone, you should know that Les Voiles will be open longer this year, with an opening until the end of September.

But let's not think about September, the beginning of summer is almost here, and so is the opening of the 2021 season of Les Voiles!



Giacca - Photos - Capri

Pour vos aménagements intérieurs et extérieurs, la pierre naturelle n'a pas de limites...

Réalisation Ultima Crans-Montana

Habillage mural et sol sur-mesure en marbre Kelsey Grey.



PIERRES NATURELLES - CARRELAGES - INDOOR & OUTDOOR : HABILLAGE MURAL, SOL, SUR-MESURE, DÉCO JARDIN

Showroom France - 74800 St Pierre en Faucigny, France (Proche Genève) - Tél. +33(0)4 50 03 50 86 - info@group-capri.com

Showroom Suisse - 1957 Ardon, Suisse (Proche Sion) - Tél. +41(0)27 306 33 73 - info@group-capri.com



Natural inspiration

group-capri.com
store-capri.com

COTE MAGAZINE TENDANCES

PORSCHE TAYCAN CROSS TURISMO - RR GHOST 2021 - LA TETE DANS LE GUIDON - THE CHANEL ICONIC - OBJETS DE BONHEUR - ROSE HERMES - BEAUTY CRUSH - QUAND LA BEAUTE SE FAIT COSM'ETHIQUE - VOYAGE OLFACTIF



Patricia Neal converses with George Peppard while Audrey Hepburn looks over her sunglasses in a scene from the film 'Breakfast At Tiffany's', 1961.

PORSCHE TAYCAN CROSS TURISMO

LE TOUT TERRAIN 100% ÉLECTRIQUE

Le Taycan Cross Turismo est prêt à vous suivre dans chacune de vos aventures.

-/ The Taycan Cross Turismo is ready to follow you everywhere you go.

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



UNE VERSION POLYVALENTE

Après 70 d'histoire, Porsche s'est lancé le défi de concevoir la première Porsche 100% électrique : le Porsche Taycan. Confirmant son engagement pour la mobilité durable, Porsche lance maintenant la première version électrique d'un crossover. Avec ses courbes intemporelles et une "flyline" typiquement Porsche, ce nouveau crossover se décline en quatre variantes: le Taycan 4 Cross Turismo, 4S Cross Turismo, Turbo Cross Turismo et Turbo S Cross Turismo. Avec un moteur 100% électrique développant jusqu'à 761 chevaux, il a été conçu pour vous suivre au quotidien, sur la route comme hors des sentiers battus ; ligne aérodynamique, suspensions adaptatives, mode Gravel, et Pack Off-Road. Boue, sable, gravier ? Aucune surface ne l'arrête.

UN CARACTÈRE AFFIRMÉ

Pour s'adapter à votre style de vie, le Porsche Taycan Cross Turismo allie performance, expérience de conduite et confort pour tous. C'est une vraie sportive familiale. Le Porsche Car Configurator vous offre de nombreuses possibilités de combinaisons, allant du choix des roues aux différents intérieurs et à la couleur extérieure, de quoi concevoir la Porsche parfaite! Installez-vous à bord et laissez-vous guider ! Le cockpit intelligent et digital est optimisé pour que tout soit à portée de main : 4 écrans digitaux et l'accès au PCM vous permettent de gérer facilement les systèmes de navigation, de divertissement et de charge. Configurez votre véhicule dès à présent sur le Porsche Car Configurator ou dans votre concession Porsche Genève.

UNE MOBILITÉ SPORTIVE AVEC LE PORSCHE E-BIKE

Développé en coopération avec le fabricant allemand de vélos électriques ROTWILD, le Porsche E-Bike est l'alliance parfaite entre la silhouette typiquement Porsche et l'immense savoir-faire de ROTWILD. En ville, à la campagne, au travail ou pour vos loisirs, vivez une expérience de conduite Porsche différente avec le eBike Sport ou le eBike Cross. A découvrir dans la boutique Porsche Driver's Selection du Centre Porsche Genève.

A VERSATILE VERSION

After 70 years of history, Porsche has set itself the challenge of designing the first 100% electric Porsche: the Porsche Taycan. Confirming its commitment to sustainable mobility, Porsche is now launching the first electric version of a crossover.

With its timeless curves and typical Porsche flyline, this new crossover is available in four variants: the Taycan 4 Cross Turismo, 4S Cross Turismo, Turbo Cross Turismo and Turbo S Cross Turismo. With a 100% electric motor developing up to 761 horsepower, it has been designed to follow you every day, on the road as well as off the beaten track; aerodynamic line, adaptive suspensions, Gravel mode, and Off-Road Pack. Mud, sand, gravel? There's no stopping it.

A STRONG CHARACTER

To fit your lifestyle, the Porsche Taycan Cross Turismo combines performance, driving experience and comfort for all. It's a true family sports car. The Porsche Car Configurator offers you a wide range of combination options, from the choice of wheels to the various interiors and exterior colors, so you can design the perfect Porsche! Just sit back and let yourself be taken care of! The intelligent, digital cockpit is optimized to put everything at your fingertips: 4 digital screens and access to the PCM allow you to easily manage the navigation, entertainment and charging systems. Configure your vehicle now on the Porsche Car Configurator or at your Porsche dealer in Geneva.

SPORTY MOBILITY WITH THE PORSCHE E-BIKE

Developed in cooperation with the German electric bicycle manufacturer ROTWILD, the Porsche E-Bike is the perfect combination of the typical Porsche silhouette and the extensive know-how of ROTWILD. Whether in the city, the countryside, at work or at play, the eBike Sport or eBike Cross offers a different kind of Porsche driving experience. Discover them in the Porsche Driver's Selection store at the Porsche Centre.

Nouveau Porsche Taycan Cross Turismo.

Une expérience 100% électrique, 100% Porsche.



Centre Porsche Genève | Orchid Sports Cars SA | Impasse Colombelle 2 | 1218 Le Grand-Saconnex | 022 79 911 20
Consommation électrique cycle mixte: 26,4 – 24,4 kWh/100 km; Émission de CO2 cycle mixte: 0 g/km; Classe énergétique: A



PORSCHE

ROLLS-ROYCE GHOST 2021

Une toute nouvelle Rolls-Royce Ghost voit le jour pour 2021, un peu plus de 10 ans après le lancement de la première génération. Comme on s'y attendait, elle pousse le luxe et l'expérience de conduite à son paroxysme.

-/ An all-new Rolls-Royce Ghost is coming in 2021, a little over 10 years after the launch of the first generation. As expected, it pushes luxury and driving experience to the extreme.



ROLLS-ROYCE GHOST

Le tout s'inscrit dans une réinvention de l'image de la marque qui passe notamment par de nouvelles couleurs et une identité plus forte tant dans la sphère numérique que physique afin d'attirer une clientèle plus jeune. Plus que jamais, celle qui fabrique « la meilleure automobile au monde » veut être considérée comme la « Maison du luxe ».

Évidemment, le design de la Rolls-Royce Ghost 2021 ne change pas de manière drastique. Encore une fois, ce sont les détails qui importent. À l'avant, la calandre Pantheon est un peu plus large et plus haute (avec 20 DEL au sommet qui illuminent les lames verticales), les phares sont légèrement redessinés (avec technologie au laser en option) pour un look plus moderne et le bas du pare-chocs a été remodelé afin de paraître plus agressif. Les flancs et le derrière évoluent subtilement, entre autres les jantes, le couvercle du coffre et les feux arrière, de quoi rendre la voiture plus sportive.

Sur le plan technique, sachez que la Ghost 2021 - à l'instar de la plus récente Phantom et du nouveau SUV Cullinan - repose sur une nouvelle architecture exclusive à Rolls-Royce et non plus sur celle de l'ancienne BMW Série 7. Plus longue de neuf centimètres et plus large de trois centimètres, elle utilise une suspension pneumatique dont les nouveaux amortisseurs avant contribuent à améliorer le confort de roulement.

Cette suspension ainsi que la boîte automatique à huit rapports sont

reliées au système de navigation pour anticiper la route et adoucir la conduite. Le V12 biturbo de 6,75 litres développe toujours 563 chevaux, mais le couple augmente à 627 livres-pied. Deux nouveautés importantes sont le rouage intégral et la direction active aux quatre roues.

Et puis il y a l'intérieur... Inspirée de la Phantom, la planche de bord tout en largeur intègre magnifiquement les cadrans numériques, le grand écran central, l'horloge analogique et un nouveau panneau noir sur lequel apparaît le nom Ghost et une constellation de plus de 850 étoiles au démarrage (étoiles qui sont reproduites dans le plafond en option). En dessous se trouve une élégante boiserie ponctuée par quelques bouches d'air et boutons. À propos, les portières ont maintenant une fonction d'ouverture et de fermeture assistées ; la force de leur moteur s'ajuste selon l'inclinaison de la voiture. Les ingénieurs de Rolls-Royce ont aussi porté une attention spéciale au bruit. Deux cents livres de matériau insonorisant enveloppent l'habitacle, mais les efforts pour rendre ce dernier plus silencieux que jamais s'étendent même jusqu'aux conduits de ventilation et à l'arbre de transmission, en passant par les sièges sont la fréquence de résonance est contrôlée.

D'un autre côté, si vous aimez la musique, un système audio à 18 haut-parleurs de 1300 watts est inclus. Comme à l'habitude chez Rolls Royce, une myriade d'options de personnalisation sont disponibles.



ROLLS-ROYCE MOTOR CARS GENEVA,
PEGASUS AUTOMOTIVE GROUP
Route de Saint-Cergue 298, 1260 Nyon
Tel : +41 22 363 80 10 - www.prestigemotorgroup.ch

-/ The whole thing is part of a reinvention of the brand's image that includes new colors and a stronger identity, both in the digital sphere and in its design, in order to attract a younger clientele. More than ever, the company that makes "the best car in the world" wants to be considered the "House of Luxury".

Obviously, the design of the Rolls-Royce Ghost 2021 does not change drastically. Once again, it's the details that matter. At the front, the Pantheon grille is slightly wider and taller (with 20 LEDs at the top illuminating the vertical blades), the headlights are slightly redesigned (with optional laser technology) for a more modern look, and the bottom of the bumper has been reshaped to look more aggressive. The sides and the rear have been subtly modified, including the wheels, the trunk lid and the taillights, making the car look sportier.

On the technical side, the 2021 Ghost - like the latest Phantom and the new Cullinan SUV - is based on a new Rolls-Royce-exclusive architecture instead of the old BMW 7 Series. Nine centimeters longer and three centimeters wider, it uses an air suspension system with new front shock absorbers to improve road comfort.

This suspension and the eight-speed automatic transmission are linked to the navigation system to anticipate the road and smooth out the ride. The twin-turbocharged 6.75-liter V12 still makes 563 horsepower, but torque increases to 627 pound-feet. Two important new features are all-wheel drive and four-wheel active steering.

And then there's the interior... Inspired by the Phantom, the full-width dashboard beautifully integrates digital dials, a large center screen, an analog clock and a new black panel featuring the Ghost name and a constellation of 850+ stars at startup (stars that are optionally reproduced in the ceiling). Underneath is an elegant wood panel punctuated by a few air vents and buttons. The doors now have a power opening and closing function; their motor force adjusts according to the car's inclination.

Rolls-Royce engineers also paid special attention to noise. Two hundred pounds of sound-deadening material envelops the cabin, but efforts to make it quieter than ever extend to the ventilation ducts and driveshaft, as well as the frequency-controlled seats. On the other hand, if you like music, an 18-speaker, 1,300-watt audio system is included.

Unveiled to the public in 1960, the 12P caliber, which is only 2.3mm thick thanks to the ingenious integration of an eccentric gold micro-rotor, became the thinnest automatic caliber in the world.



LA TÊTE DANS LE GUIDON

-/ IN PILOT MODE

Réconcilier cyclistes et automobilistes est chose difficile mais pas impossible. L'univers du vélo n'est pas inconnu des constructeurs automobiles qui ont, pour beaucoup, littéralement mis la tête dans le guidon... avec plus ou moins de réussite...

-/ Reconciling cyclists and motorists is difficult but not impossible. The world of the bicycle is not unknown to car manufacturers, many of whom have embarked on the cycling adventure... with varying degrees of success...



1. PORSCHE EBIKE SPORT, PLUTÔT POUR LA VILLE

Le constructeur automobile Porsche cède à son tour aux sirènes du vélo à assistance électrique avec deux modèles, l'un pour la ville, l'autre pour les sentiers.

-/ The car manufacturer Porsche is giving in to the call of the electrically assisted bicycle with two models, one for the city, the other for trails.

2. BMW : UNE MARQUE TOUJOURS PRÉSENTE

BMW est l'un des rares constructeurs automobiles qui conçoit aussi ses vélos et qui en propose toujours à son catalogue.

-/ BMW is one of the few car manufacturers that also designs its own bikes and still offers them in its catalog.

3. ASTON MARTIN : CLIN D'OEIL AU SUPERCAR

Le vélo Aston Martin One-77 Factor produit à 77 exemplaires.

-/ The Aston Martin One-77 Factor bike produced in 77 units.

4. AUDI : LE TRÈS MAUVAIS TIMING

Le vélo avait donc tout pour plaire si

ce n'était deux problèmes et non des moindres. D'abord, le vélo offrait une assistance variable de 0 à 100 % ce qui en faisait un scooter selon la loi. Puis la vitesse de 80 km/h qu'il pouvait atteindre le sortait totalement de la catégorie vélo. Le Wörthersee ne fut donc qu'un concept excitant et un joli coup de pub !

-/ The bike had everything to please if it wasn't for two problems and not the least. First, the bike offered a variable assistance from 0 to 100% which made it a scooter according to the law. Secondly, the speed of 80 km/h that it could reach took it completely out of the bike category. So, the Wörthersee was merely an exciting concept and a nice publicity stunt!

5. MERCEDES

Résultat d'une collaboration entre N+ et le constructeur allemand, le nouveau N+ Mercedes EQ Formula E est un clin d'œil de l'engagement du constructeur au sein du championnat de Formule E.

-/ The new N+ Mercedes EQ Formula E is the result of a collaboration between N+ and the German carmaker, and is a nod to the carmaker's involvement in the Formula E championship.



The courage of conviction
in serving your wealth

**Prime
Partners**
DEPUIS 1998

Asset Management and
Investment Consulting

15, rue des Alpes
1201 Genève
Suisse

Tel. +41 22 787 06 80
www.prime-partners.com



6.



6. FERRARI X BIANCHI

Ferrari s'est plusieurs fois associée à Bianchi pour des séries limitées. Ici, il s'agit d'un SFOI floqué du nom de la marque.

-/ Ferrari has partnered with Bianchi several times for limited series. Here, it is a SFOI bearing the brand's name.



7.



7. HONDA : L'ÉCHEC LE PLUS CHER DE L'HISTOIRE DU CYCLISME

Sous son look de moto, le Honda RNO1 cachait une machine spécialement conçue pour la descente de montagne et pour l'équipe officielle de la marque. L'UCI (Union Cycliste Internationale) modifia le règlement et limita le nombre de vitesses, forçant Honda à abandonner sa « gearbox ». Malgré tous ses efforts, Honda abandonna la compétition, laissant derrière elles tous ses investissements et l'un des vélos les plus extraordinaires de l'histoire.

-/ Under its motorcycle look, the Honda RNO1 hid a machine specially designed for downhill biking and for the official team of the brand. The UCI (International Cycling Union) changed the rules and limited the number of gears, forcing Honda to abandon its «gearbox». Despite its best efforts, Honda left the competition, leaving behind all its investments and one of the most extraordinary bikes in history.



8. MINI MINI

Mini Cooper Folding Bike.

Mini propose des vélos qui se veulent « mini » grâce à un système de pliage.

-/ Mini offers bikes that are «mini» thanks to a folding system.



**9. LAMBORGHINI : LA PERFECTION À L'ITALIENNE
LE VÉLO DE TRIATHLON CERVÉLO LAMBORGHINI P5X**

Lamborghini ne fabrique pas directement des vélos, mais s'associe à des entreprises qui en font, et pas n'importe lesquelles. Cela fut le cas avec BMC, résultat : 25 exemplaires de ce modèle dédié au triathlon et décoré aux couleurs de la marque au taureau.

-/ Lamborghini doesn't make bikes on its own, but partners with companies that do, and not just any company. Such was the case with BMC. This resulted in 25 copies of this model dedicated to triathlon and adorned with the colors of the «brand with the bull».



8.



9.



10.

10. JEEP E-BIKES LANCE SON NOUVEAU CRUISER

Avec son design, le Jeep Cruise E-Bike CR 7005 se distingue par son grand confort de conduite. Équipé de grosses roues de 26 pouces, le Cruiser s'adapte à tous les terrains. Le logement de la batterie, qui rappelle un réservoir, est l'un des points forts de l'e-bike avec une autonomie d'environ 50 kilomètres.

-/ With its design, the Jeep Cruise E-Bike CR 7005 stands out for its great riding comfort. Equipped with large 26-inch wheels, the Cruiser can handle any terrain. The battery housing, which is reminiscent of a tank, is one of the e-bike's highlights, with a range of around 50 kilometers.



@rdcaesthetics



RHÔNE DENTAL CLINIC
GENÈVE

Rue du Rhône 29 1204 Genève +41223105077
www.rhone-dental-clinic.ch

THE CHANEL ICONIC : LA CAMPAGNE

-/ THE CHANEL ICONIC: THE ADVERTISING CAMPAIGN

Véritable icône de CHANEL, reconnaissable au premier regard, le sac 11.12 porte en lui l'histoire de la Maison et la vision avant-gardiste de Gabrielle Chanel. Devant l'objectif d'Inez van Lamsweerde et Vinoodh Matadin, il est mis en scène à Paris, dans une nouvelle campagne baptisée The CHANEL Iconic.

-/ A true icon of CHANEL, instantly identifiable, the 11.12 bag carries with it the history of the House and the avant-garde vision of Gabrielle Chanel. Captured by Inez van Lamsweerde and Vinoodh Matadin, it is featured in Paris, in the Saint-Germain-des-Prés district, in a new campaign called The CHANEL Iconic.

Réinterprétation du sac 2.55 imaginé par Gabrielle Chanel en février 1955, le sac 11.12 a acquis son statut d'icône sous l'impulsion de Karl Lagerfeld au début des années 1980. Il se distingue de son aîné par un fermoir orné d'un double C et par une chaîne en métal entrelacée de cuir.

Chaque détail de son allure reflète son héritage: astucieusement pensé et aussi beau à l'envers qu'à l'endroit, le 11.12 porte, comme le 2.55, tous les attributs d'un sac créé par une couturière. Sa conception - un sac dans le sac travaillé selon la technique du piqué-retourné et maintenu par des points de bride - évoque en effet celle du Prêt-à-Porter, tout comme ses sept poches fonctionnelles.

Le matelassage surpiqué «diamant» au point droit de couturière qui recouvre son corps s'inspire de l'univers équestre si cher à Gabrielle Chanel, tandis que sa chaîne ajustable en métal induit une gestuelle libératrice du corps, à l'instar de la mode



conçue par la créatrice. Un sac créé par une femme, un sac de couturière à rebours des sacs créés par les maroquiniers de l'époque: là est le premier paradoxe du 11.12. D'autres détails caractérisent cet accessoire, véritable défi au temps comme aux modes.

À la fois universel et intime, pensé pour toutes les femmes, il se transmet tel un héritage précieux et personnel. Fonctionnel, imaginé pour le quotidien, il affiche une délicatesse et un raffinement extrêmes par l'emploi d'un cuir d'agneau souple, originellement utilisé pour la ganterie, mais aussi du veau grainé dit «caviar» ou d'autres matières issues des collections de Prêt-à-Porter de CHANEL telles que le jersey, le tweed, la soie, le velours, le denim...

Quant à sa ligne intemporelle, d'une immuable épure, elle accompagne parfaitement le

style de vie des femmes, en perpétuelle évolution, sans jamais perdre de sa modernité.

-/ A reinterpretation of the 2.55 bag designed by Gabrielle Chanel in February 1955, the 11.12 bag acquired its iconic status under the impetus of Karl Lagerfeld in the early 1980s. It is distinguished from its predecessor by a clasp decorated with a double C and a metal chain intertwined with leather.

Every detail of its look reflects its heritage: cleverly designed and as beautiful inside out as it is inside out, the 11.12, like the 2.55, bears all the hallmarks of a bag created by a dressmaker.

Its design - a bag within a bag, worked using the quilted-turned technique and held together by bridle stitches - is reminiscent of the Prêt-à-Porter, as are its seven functional pockets. The "diamond" stitched quilting that covers its body is inspired by the equestrian world so dear to Gabrielle

Chanel, while its adjustable metal chain induces a gesture that liberates the body, just like the fashion imagined by the designer.

A bag created by a woman, a dressmaker's bag, unlike the ones created by the leather workers of the time: there lies the 11.12's first paradox. Other details characterize this accessory, a real challenge to time and fashion.

Both universal and intimate, designed for all women, it is passed on like a precious and personal heirloom. Functional and designed for everyday wear, it displays extreme delicacy and refinement through the use of supple lambskin leather, originally used for glove-making, but also grained calfskin known as "caviar" or other materials from CHANEL's Ready-to-Wear collections such as jersey, tweed, silk, velvet, denim... As for its timeless line, of an immutable purity, it perfectly reflects the lifestyle of women, in perpetual evolution, without ever losing its modernity.



THE CHANEL ICONIC : MAKING OF AD CAMPAIGN

Au bras d'Anna Mouglalis, Rianne van Rompaey, Imaan Hammam, Louise de Chevigny et Zoé Adjani, le sac iconique de la Maison capte la lumière dans les rues de Saint-Germain-des-Prés sous l'objectif du duo de photographes d'Inez van Lamsweerde et Vinoodh Matadin.



OBJETS DE BONHEUR

-/ OBJECTS OF HAPPINESS

Envie et besoin de gaieté et de couleurs, voici une sélection d'objets en tous genres qui fera votre bonheur !

-/ For those in need of some color and fun, here is a selection of objects of all kinds that will bring you happiness!



DIPTYQUE - COLLECTION D'ÉTÉ, 60^{ÈME} ANNIVERSAIRE

La nouvelle collection d'objets de Diptyque, inspirée par la Méditerranée, nous emporte dans son tourbillon de soleil et de grand air, ses lumières, ses odeurs. Plus que des objets, de véritables remèdes à la mélancolie, des odes aux plaisirs de la vie.

-/ Diptyque's new collection of objects, inspired by the Mediterranean, takes us into its whirlwind of sunshine and fresh air, its lights and its smells. More than mere objects, these are true remedies for melancholy, odes to the pleasures of life.



TUSCANY MARVEL - ASSOULINE

Tout le charme de la Toscane, ses villages, sa cuisine, sa mode iconique dans un ouvrage qui éveille les sens.

-/ All the charm of Tuscany, its villages, its cuisine, its iconic fashion in a book that awakens the senses.

LE PANIER FENDI

En plastique recyclé, ce panier au look 80's existe en deux tailles. Chic et ludique c'est le sac idéal pour la plage ou les balades estivales.

-/ Made of recycled plastic, this basket with its 80's look comes in two sizes. Chic and playful, it's the perfect bag for the beach or summer walks.



MUG - HERMÈS

Bien commencer la journée avec ce mug haut en couleur de la nouvelle collection art de la table Hermès, Hippomobil.

-/ Let's start the day with this colourful mug from the new Hermès tableware collection, Hippomobil



CASQUETTE - BONPOINT

Casquette sérigraphiée Bonpoint X Ceizer Fille. Imprimé Rose Pétale.

-/ Bonpoint X Ceizer Fille Pink Petal Print Cap.

LOUIS VUITTON - OBJETS NOMADES

Derniers-nés de la collection Objets Nomades signé Zanellato/Bortotto, les Lanternes. À travers son dôme délicat de verre soufflé, chaque lanterne dessine un motif géométrique inspiré de la poésie des ruches, créant une atmosphère chaleureuse et romantique.

-/ The Lanterns are the latest addition to the Objets Nomades collection by Zanellato/Bortotto. Through its delicate dome of blown glass, each lantern draws a geometric pattern inspired by the poetry of beehives, creating a warm and romantic atmosphere.

BAOBAB - BOUGIE RIO

La bougie parfumée Rio, sérigraphiée, diffuse les senteurs de bergamote, thé vert et musc pour vous emporter dans le chaleur de cette ville tropicale.

-/ The Rio scented candle, silk-screened, diffuses the scents of bergamot, green tea and musk to carry you away into the heat of this tropical city.



Rose Hermès : L'AURA D'UNE CARNATION

Après Rouge Hermès, geste fondateur du métier de la Beauté Hermès, voici Rose Hermès. Composée de huit nuances de fard à joues Rose Hermès Silky Blush, de deux pinceaux, d'un étui poudrier Pommette et de trois Roses à lèvres embellisseurs naturels, la nouvelle collection d'objets de beauté rechargeables et durables Rose Hermès ouvre un nouveau chapitre de la Beauté Hermès.

-/ After Rouge Hermès, the founding gesture of the Hermès beauty profession, here is Rose Hermès. Featuring eight shades of Rose Hermès Silky Blush, two brushes, a Poudrier Pommette case and three natural embellishing Lip Roses, the new Rose Hermès collection of refillable and sustainable beauty items opens a new chapter in Hermès Beauty.

Tendres, sensuels, frais, passés, intenses, électriques, les roses Hermès soulignent depuis toujours les créations de la Maison. Un tailleur en lainage Azalée affiche sa couleur : le rose Hermès est né. Exposé dans les vitrines, son succès immédiat le rend célèbre.

Au cours des années 1980, le rose se décline en camaïeux intenses. Azalée, Ancien, Baiser, Bleu, Blush, Bougainvillée, Bubinga, Buvard, Cendré, Corail, Cassata, Confetti, Craie, Cyclamen, Delirium, Extrême, d'Été, Feu, Flamand, Fuchsia, Indien, Jaïpur, Magnolia, Ombré, Plume, Poivré, Pommette, Mexique, Opale, Peau d'ange, Pétale, Persan, Poudré, Pourpre, Sable, Sakura, Shéhérazade, Shocking, Tan, Thé...

Le rose chez Hermès, c'est l'émotion du jour naissant, c'est aussi une signature mêlant à la douceur la vivacité et l'audace. Le rose est un bonheur de couleur. Celle qui donne matière aux émotions. Un rose de plus en plus nomade, transfiguré par l'appel du voyage, entre les magentas de Las Coloradas, au Mexique, et les roses feu du Bengale.

En 2021, c'est tout naturellement que le rose revient, audacieux, charmeur, joueur. Le rose est l'essence d'Hermès. Le souffle de la Beauté Hermès.



Rose Hermès © Joaquin Laguigne

-/ Tender, sensual, fresh, past, intense, electric, Hermès pinks have always highlighted the House's creations. A suit in Azalea wool shows its color: Hermès pink was born. Its immediate success made it famous.

During the 1980s, pink was available in intense cameos. Azalea, Antique, Kiss, Blue, Blush, Bougainvillea, Bubinga, Blotch, Ash, Coral, Cassata, Confetti, Chalk, Cyclamen, Delirium, Extreme, Summer, Fire, Flamand, Fuchsia, Indian, Jaipur, Magnolia, Umbra, Feather, Pepper, Cheekbone, Mexico, Opal, Angel Skin, Petal, Persian, Powder, Purple, Sand, Sakura, Scheherazade, Shocking, Tan, Tea...

For Hermès, pink is the emotion of the new day, it is also a signature that combines softness with vivacity and boldness. Pink is a joy of color. The color that gives substance to emotions.

A pink that is increasingly nomadic, transfigured by the call of travel, between the magentas of Las Coloradas, Mexico, and the fiery rosVnly natural that pink should return, bold, charming, playful. Pink is the essence of Hermès. The breath of Hermès Beauty.

Rose Hermès - Silky Blush

En rehaussant les traits du visage, Rose Hermès Silky Blush agit instantanément comme un révélateur de personnalité, une touche soyeuse qui fait rayonner la lumière intérieure, une poudre d'émotion qui éclaire le teint. Grâce à sa texture ultralégère, il permet de doser la couleur en jouant avec l'application, au gré des émotions pour un résultat frais grâce à huit teintes subtiles. Avec son boîtier galet au miroir décentré, dessiné par Pierre Hardy pour devenir un objet d'exception au quotidien.

« Il y a une analogie de matières entre la poudre et la soie. Même finesse, même douceur, même éclat. Une inspiration que l'on retrouve aussi à la surface de la poudre, finement striée comme le twill de soie. »

Jérôme Touron directeur de création de la Beauté Hermès

-/ Rose Hermès - Silky Blush

Rose Hermès Silky Blush instantly reveals your personality, with its silky touch that brings out your inner light, a powder of emotion that illuminates your complexion. Thanks to its ultra-light texture, it allows you to control the color by playing with the application, according to your emotions, for a fresh result thanks to eight subtle shades.

Its pebble-shaped case with an off-center mirror, designed by Pierre Hardy, makes it an exceptional everyday object.



Rose Hermès - Silky blush © Scheltens & Abbens

-/ « THERE IS AN ANALOGY BETWEEN THE MATERIALS OF POWDER AND SILK. SAME FINESSE, SAME SOFTNESS, SAME SHINE. AN INSPIRATION THAT CAN ALSO BE FOUND ON THE SURFACE OF THE POWDER, FINELY STRIATED LIKE SILK TWILL. » JÉRÔME TOURON CREATIVE DIRECTOR OF HERMÈS BEAUTY »

Jérôme Touron Creative Director of Hermès Beauty

Rose Hermès - Le Rose à lèvres

Le Rose à lèvres embellisseur naturel est une collection de trois roses, pour un sourire rayonnant. Rose d'Été, Rose Tan, Rose Abricoté. Trois roses qui se fondent sur les lèvres. L'effet est celui d'une cire fine et douce, fondante. Presque imperceptible. Inspiré par le toucher du veau Butler développé par Hermès en 2012, dont le nom, proche de butter, évoque l'onctuosité, en harmonie avec son toucher doux, voluptueux. Donnant un éclat doux et solaire pour une couleur mat en transparence. Hydratant, il dépose sur les lèvres un film nourrissant et léger, insoupçonnable. Les nutriments à base d'huile de pépins de framboise et de sésamine agissent en véritables réparateurs.

Sa rechargeabilité en fait un objet durable.



« Ce rose à lèvres est doux, subtil et progressif, diffus et translucide. C'est l'idée du rose comme sensation. »

Jérôme Touron directeur de création de la Beauté Hermès

-/ Rose Hermès - The Lip Rose

Le Rose à lèvres embellisher naturel is a collection of three pinks, for a radiant smile. Summer Rose, Tan Rose, Apricot Rose. Three pinks that melt on the lips. The effect is that of a fine, soft, melting wax. Almost imperceptible. Inspired by the touch of the Butler calf developed by Hermès in 2012, whose name, close to butter, evokes unctuousness, in harmony with its soft, voluptuous touch. Giving a soft and sunny glow for a matte yet transparent color. Like an invisible moisturizer, it leaves a light, nourishing film on the lips. The nutrients based on raspberry seed oil and sesamin have a truly repairing effect.

Its refillability makes it a long-lasting object.

-/ « This lip pink is soft, subtle and progressive, diffuse and translucent. It's the idea of pink as a sensation. »

Jérôme Touron Creative Director of Hermès Beauty



Nouvelles Classe C. Découvrez un nouveau type de luxe.

Un nouveau monde encore plus numérique et performant, dans lequel on se sent comme chez soi : c'est ce qu'inspire la nouvelle Classe C. Elle crée une zone de confort évolutive à tous égards, à l'ère d'une transformation mondiale. Prolongez l'expérience et faites de votre rêve une réalité.

Nouvelle Classe C
À PARTIR DE
CHF 56'700.-

Mercedes-Benz
The best or nothing.



**AUTOMOBILES
CAVENG**

135 route de Chêne, 1224 Chêne-Bourgeries, Genève
Tél. +41 22 888 16 16 - www.automobiles-caveng.ch



QUAND LA

Bien sûr, on peut soupçonner certaines marques de faire du «greenwashing», d'agir uniquement sous la pression des consommateurs, ou par peur des campagnes négatives lancées sur les réseaux sociaux.

Mais quels que soient les raisons qui poussent les grandes maisons à vouloir changer l'industrie cosmétique et se diriger vers plus d'éthique et d'éco-responsabilité, tous leurs efforts sont à saluer, car ils vont dans le sens de l'histoire. Les marques travaillent à la fois sur le contenu de leur produits, leurs formules, en les simplifiant et les rendant de plus en plus

Inde. En 2016, le groupe acquiert un domaine de 10 hectares, à 1400 mètres d'altitude, un laboratoire à ciel ouvert au cœur des Alpes françaises en collaboration avec l'association Biophyto, spécialisée dans la recherche, l'étude, la neutralité carbone. Un parcours sans fausse note. Chaque marque répond aux besoins de l'époque en explorant plusieurs pistes.

Chez L'Oréal par exemple, le groupe a mis sur pied tout un programme de développement durable et essaie d'être sur tous les fronts. Un exemple parmi tant d'autres: depuis 2015, le groupe soutient une production de son de quinoa

a mis en place un programme de recherche pour la valorisation des plantes du sud des Alpes françaises en collaboration avec l'association Biophyto, spécialisée dans la recherche, l'étude, la



avons assez de recul pour partager notre approche d'un sourcing végétal durable.»

L'engagement de Dior dans la voie vers une beauté plus engagée a commencé par la réduction de son impact sur l'environnement. Il y a quelques années, la marque a commencé à proposer des produits rechargeables pour ses gammes Capture Totale et Dior Prestige. Quand un pot de crème est beau, on n'a pas envie de le jeter. C'est le cas de Capture Totale, avec son contenant en plexiglas massif. « Lorsque la cliente achète sa première recharge, on a 30 % d'empreinte environnementale en moins, à la deuxième, on atteint 50%», confiait Edouard Mauvais Jarvis, directeur de l'environnement et de la communication scientifique Dior, au magazine L'Express en 2016.

En 2021, Dior a de nouvelles

Bio, clean, éco-responsable, recyclage, respect de la nature, développement durable... Ces mots sont désormais les plus utilisés dans le domaine de l'industrie des cosmétiques et de la beauté. Sous la pression des consommateurs, même les grandes maisons de luxe se sont lancées dans la cosm'éthique.

naturelles, mais aussi sur le packaging, poussant leurs fournisseurs à inventer de nouveaux emballages, des encres végétales, des pots plus légers, rechargeables et recyclables.

Le précurseur, en matière de cosmétique éthique, c'est Clarins, qui a commencé dès 1966 à proposer des huiles 100% naturelles, formulées à base d'extraits de plantes, et présentées dans un contenant de verre. La marque a lancé ses premiers programmes de commerce équitable en 2007 et elle accompagne désormais 11 filières à Madagascar, au Burkina Faso et en

durable en Bolivie, qui contient des ingrédients utiles dans le domaine de la cosmétique, comme les polyphénols (des antioxydants) et aident ainsi des populations de fermiers locaux, tout en les initiant à des pratiques agricoles durables.

La maison Chanel a elle aussi opté pour la responsabilité humaine des entreprises et le commerce équitable. La marque, par exemple, assure un revenu durable à des producteurs de vanille à Madagascar, et ce depuis l'année 2000, pour ne citer que ce partenariat. Dès 2010, la maison

conservation et la valorisation des espèces végétales sauvages de la flore sud alpine. « En partenariat avec Chanel et d'autres acteurs locaux, nous avons initié un projet de jardin conservatoire. Un lieu de conservation du patrimoine végétal, de transmission, d'éducation sur la connaissance de la flore locale, » expose Jean-Paul Gherardi, Président de l'association Biophyto.

« Avant d'être un sujet de communication, l'agro-écologie est une démarche de terrain, explique Agathe Derain, directrice sourcing durable de Chanel. Tenter de reproduire le fonctionnement de la nature dans nos cultures est une science passionnante, aussi évidente dans ses principes qu'elle peut être complexe à appliquer. Avec plus de 10 années d'expérience à la source de nos filières, nous

préoccupations, notamment la formulation de ses fonds de teint intégrant le maximum de matières premières naturelles possible. Le nouveau Forever Natural Nude, lancé en mars 2021, est composé à 96 % d'ingrédients d'origine naturelle, pourcentage d'eau inclus. Il contient notamment de l'extrait de capucine, d'hibiscus et de fleur de pensée sauvage, qui préserve l'hydratation. Une donnée importante lors-que l'on sait que ce produit revendique une tenue de 24 heures.

Guerlain, comme d'autres marques du groupe LVMH, a développé depuis quelques années l'ethnobotanique : des filières durables, autour du vétiver en Inde, de la lavande en France et du santal en Asie. Mais cette année, la marque va plus loin dans son engagement et réinvente trois produits cultes

BEAUTÉ

de maquillage en modifiant leur formule : la fameuse poudre de Terracotta contient désormais 96% d'ingrédients d'origine naturelle, le rouge à lèvres Kiss Kiss Shine 95% et le fond de teint L'Essentiel Haute Perfection, 96%. « Nous nous engageons à contribuer activement au changement et à réinventer les normes de l'industrie, afin que, étape par étape, nous véhiculions un Art de la Beauté qui soit positif, désirable et passionnant », dit Cécile Lochard, directrice Développement durable de Guerlain. Les laboratoires Guerlain ont dû apprendre à travailler avec des matières premières comme l'extrait de konjac, ou le beurre de karité.

stratégie : « Nous voulons faire de Caudalie la plus efficace des marques clean et naturelles, la plus éco-responsable des marques de beauté », dit Mathilde Thomas. Et pour y parvenir, ils ont mis sur pied un véritable mani-feste de la beauté durable, qui couvre tous les points sensibles de l'industrie.

« Je suis intransigeante sur la formulation de mes produits depuis 25 ans, confie Mathilde Thomas. Dès que j'ai pu substituer, par principe de précaution, les parabènes, le phénoxyéthanol, les huiles minérales, les phtalates, les ingrédients d'origine animale, le sodium laureth sulfate dans mes formules, je l'ai fait (en 2006, ndlr).

plus efficace contre les taches que l'ancien, qui contenait des PEG. D'ici 2022, la marque s'engage à ce que 100% des formules soient constituées d'un minimum de 95% d'ingrédients d'origine naturelle et vise l'objectif « zero waste » avec des packs éco-conçus. Quant aux contenants « multimatériaux », il faudra continuer à les rapporter dans les boutiques qui les confiera à Terracycle, une société spécialisée dans le recyclage de ce type de produits.

La marque Nuxe passe au bio avec ses soins Nuxe Bio, formulés en France et certifiés bio par Ecocert. Les formules contiennent en moyenne 99% d'ingrédients d'origine naturelle et 52% d'ingrédients issus de l'agriculture biologique. Nuxe Bio utilise des huiles 100% végétales et des parfums 100% d'origine naturelle. Difficile de faire mieux. L'engagement de certaines de ces marques pour une beauté plus



Aujourd'hui, elles parlent des abeilles, de la vanille de Madagascar, du recyclage, du bilan carbone, et soudain, tout le monde les comprend. Elles sont descendues de leur tour d'ivoire et s'intéressent enfin à l'humain et son environnement.

Organic, clean, eco-responsible, recycling, respect for nature, sustainable development... These words are now the most widely used in the cosmetics and beauty industry. Under pressure from consumers, even the major luxury brands have embraced this cosm'ethic approach.

L'huile de rose et d'argan ont fait leur apparition dans certaines compositions et la couleur des rouges à lèvres reste stable désormais sans conservateur. **Un mot encore sur l'engagement de Guerlain :** la marque participe au Bees Conservation Programme et s'engage ainsi à protéger les abeilles. Enfin, d'ici 2030, la maison souhaite réduire son empreinte carbone pour atteindre la neutralité.

Chez Caudalie, fondée par Mathilde et Bertrand Thomas, la responsabilité est au cœur de leur

Nous avons également créé la « No List » Caudalie, qui est la liste des ingrédients que nous n'utilisons pas dans nos formules parce qu'ils n'entrent pas dans ma définition du clean. En 15 ans, cette liste s'est étoffée et contient au-jour d'hui 60 substances. Et en 2020, nous avons supprimé silicones et PEG (PolyEthylene Glycol, ndlr) de nos formules. » D'ailleurs, par l'un de ces effets vertueux étonnants, en rendant plus clean la formule du fameux sérum éclat anti-tache Vinoperfect et en utilisant 98% de produits naturels, le produit est désormais 3,9 fois

éthique, plus durable, ne date pas d'hier. Mais jusqu'à présent, elles ne le faisaient pas savoir. Or, avec le pouvoir accru des consommateurs et la puissance des réseaux sociaux, qui peuvent détruire une réputation grâce à un post viral, voire même modifier le cours d'une action en bourse, la communication environnementale est devenue essentielle.

Les marques cosmétiques se sont longtemps contentées de communiquer dans un langage scientifique incompréhensible.

-/ Of course, some brands may be suspected of "greenwashing", of acting solely under pressure from consumers, or out of fear of negative campaigns launched on social networks.

But whatever the reasons that push the big companies to change the cosmetics industry and move towards more ethics and eco-responsibility, all their efforts are to be commended, because they are in line with history. The brands are working both on the content of their products, their formulas, by simplifying them and

SE FAIT

COSM'ÉTHIQUE

making them increasingly natural, but also on the packaging, pushing their suppliers to invent new packaging, vegetable inks, lighter, refillable and recyclable jars.

The precursor, in terms of ethical cosmetics, is **Clarins**, which began in 1966 to offer 100% natural oils, formulated with plant extracts and presented in a glass container. The brand launched its first fair trade programs in 2007 and now supports 11 channels in Madagascar, Burkina Faso and India. In 2016, the group acquired a 10 hectare estate, at 1400 meters above sea level, an open-air laboratory in the heart of the Alps that produces 100% organic ingredients. And in 2020, Clarins achieved carbon neutrality. An unflinching track record. Each brand responds to the current needs by exploring several tracks.

At **L'Oréal**, for example, the group has set up an entire sustainable development program and tries to be on every front. One example among many: since 2015, the group has been supporting sustainable quinoa bran production in Bolivia, which contains ingredients useful in cosmetics, such as polyphenols (antioxidants), thus helping local farming populations while introducing them to sustainable agricultural practices.



Chanel has also opted for human corporate responsibility and fair trade. The brand, for example, has been providing a sustainable income to vanilla producers in Madagascar since 2000, to name just one example of this partnership. From 2010, the company has set up a research program to promote southern French Alps plants in collaboration with the Biophyto association, specialized in the research, study, conservation and promotion of wild plant species

from the southern alpine flora. "In partnership with Chanel and other local actors, we have initiated a conservatory garden project. A place dedicated to the conservation of botanical heritage, transmission and education regarding the local flora," says Jean-Paul Gherardi, President of the Biophyto association.

Before being a subject of communication, agro-ecology is a field approach," explains Agathe Derain, sustainable sourcing director at Chanel. Trying to reproduce the way nature works in our cultures is an exciting science, as obvious in its principles as it can be complex to apply. With over 10 years of experience in our supply chains, we have enough hindsight to share our approach to sustainable plant sourcing. »

Dior's commitment to the path towards more committed beauty began by reducing its impact on the environment. A few years ago, the brand began offering refillable products for its Capture Totale and Dior Prestige lines. When a jar of cream is beautiful, you don't want to throw it away. This is the case with Capture Totale, with its solid Plexiglas container. "When the customer buys her first refill, we have a 30% smaller environmental footprint, by the second, we reach 50%," said Edouard Mauvais-Jarvis, Dior's Director of Environment and Scientific Communication, to L'Express magazine in 2016.

In 2021, Dior has new concerns, including the formulation of its foundations using as many natural raw materials as possible. The new Forever Natural Nude, launched in March 2021, is composed of 96% ingredients of natural origin, including a percentage of water. In particular, it contains extracts of nasturtium, hibiscus and wild pansy flower, which preserve moisture. An important fact when you consider that this product is said to have a 24-hour hold.

Guerlain, like other brands in the LVMH group, has been developing ethnobotany for several years: sustainable channels, based on vetiver in India, lavender in France and sandalwood in Asia. But this year, the brand is going further in its commitment, reinventing

three cult make-up products by modifying their formula: the famous Terracotta powder now contains 96% ingredients of natural origin, Kiss Kiss Shine lipstick 95% and L'Essentiel Haute Perfection foundation 96%. "We are committed to actively contributing to change and to reinventing industry standards in order to convey, step by step, a positive, desirable and exciting Art of Beauty," says Cécile Lochard, Guerlain's sustainable development director.

Guerlain laboratories had to learn how to work with raw materials such as konjac extract and shea butter. Rose oil and argan oil have made their appearance in certain compositions and the color of lipsticks now remains stable without preservatives. One more note about Guerlain's commitment: the brand participates in the Bees Conservation Programme and is thus committed to protecting bees. Finally, by 2030, the company wants to reduce its carbon footprint to achieve neutrality.



At **Caudalie**, founded by Mathilde and Bertrand Thomas, responsibility is at the heart of the strategy: "We want to make Caudalie the most efficient of clean and natural brands, the most eco-responsible of beauty brands," says Mathilde Thomas. And to achieve this, they have put together a true manifesto of sustainable beauty, covering all the sensitive points in the field.

"I've been uncompromising when it comes to formulating my products for 25 years," says Thomas.

As soon as I was able to substitute, as a precautionary principle, parabens, phenoxyethanol, mineral oils, phthalates, ingredients of animal origin, sodium laureth sulfate in my formulas, I did it (in 2006, editor's note).

We also created the Caudalie "No List", which is the list of ingredients

that we don't use in our formulas because they don't fit into my definition of clean. In 15 years, this list has grown and now contains 60 substances. And in 2020, we removed silicones and PEG (PolyEthylene Glycol) from our formulas." In fact, through one of these amazing virtuous effects, by making the formula of the famous Vinoperfect Anti-Stain Radiance Serum cleaner and using 98% natural ingredients, the product is now 3.9 times more effective against stains than the old one, which contained PEG.

By 2022, the brand is committed to ensuring that 100% of its formulas are made up of a minimum of 95% ingredients of natural origin and is aiming for a "zero waste" objective with eco-designed packs.

As for the "multi-material" containers, they will continue to be returned to the stores, which will entrust them to Terracycle, a company specializing in recycling this type of product.

The **Nuxe** brand is going organic with its Nuxe Bio skincare products, formulated in France and certified organic by Ecocert. The formulas contain, on average, 99% of ingredients from natural origin and 52% of ingredients from organic farming. Nuxe Bio uses 100% vegetable oils and perfumes of 100% natural origin. That's hard to beat.

The commitment of some of these brands for a more ethical, more sustainable beauty is not new. But until now, they did not make it known. Now, with the increased power of consumers and the power of social networks, which can destroy a reputation thanks to a viral post, or even impact the share price on the stock market, environmental communication has become essential.

For a long time, cosmetic brands were content to communicate in an incomprehensible scientific language. Today, they talk about bees, Madagascar vanilla, recycling, carbon footprint, and suddenly, everyone understands them. They have stepped down from their ivory tower and are finally interested in humans and their environment.

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 Casai, 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

Jean Louis David®

BEAUTY CRUSH

Nouveautés soins et makeup :
voici nos coups de cœur.

-/ New skincare and make-up
products: here are our favorites.

Dr. Barbara Sturm - The Good C

Le sérum contient la concentration optimale de 5% de Vitamine C, facilement absorbée, sûre et douce pour la peau. THE GOOD C - VITAMIN C SERUM du Dr. Barbara Sturm contient un complexe d'ingrédients actifs qui comprend de la Vitamine C THD liposoluble, de la Vitamine C synthétique stabilisée et un extrait de Prune de Kakadu, source puissante de Vitamine C.

-/ The serum contains the optimal concentration of 5% Vitamin C, which is easily absorbed, safe and gentle for the skin. THE GOOD C - VITAMIN C SERUM by Dr. Barbara Sturm contains a complex of active ingredients that includes fat-soluble THD Vitamin C, stabilized synthetic Vitamin C and Kakadu Plum extract, a powerful source of Vitamin C.



Glossier - Ultra Lip

La brillance d'un gloss et l'hydratation d'un baume. Enrichi en huile de graines de limnanthe, d'huile de graines de pastèque et de 4HA (mélange moléculaire unique d'acide hyaluronique exclusif), Ultra Lip est un soin hybride, entre skincare et maquillage avec une formule douce, riche et confortable. Il sublime et hydrate les lèvres d'une brillance lisse et subtilement colorée.

-/ The shine of a gloss and the moisture of a balm. Enriched with limnanthe seed oil, watermelon seed oil and 4HA (a unique molecular blend of hyaluronic acid), Ultra Lip is a hybrid between skincare and makeup with a soft, rich and comfortable formula. It sublimates and moisturizes the lips with a smooth and subtly colored shine.

Gamme Delphine Courteille

Après quatre années de recherche, la star des coiffeuses et coiffeuse des stars, lance sa ligne de produits capillaires... Une gamme composée de deux shampoings, d'un masque et d'un spray, composés à 100% d'ingrédients d'origine naturelle.

-/ After four years of research, the star of hairdressers and hairdresser to the stars, launches her line of hair products... A range composed of two shampoos, a mask and a spray, made of 100% natural ingredients.



Stick Glow - pure glow collection limited edition

Ce nouveau blush en stick de Dior hydrate et souligne subtilement les joues. Il combine un fini lumineux au confort d'un baume, avec sa texture incroyablement sensorielle et légère. Le Stick Glow blush ravive subtilement le teint à tout moment de la journée.

-/ This new blush stick from Dior moisturizes and subtly highlights the cheeks. It combines a luminous finish with the comfort of a balm, with its incredibly sensorial and light texture. The Stick Glow blush subtly revives the complexion at any time of the day.



Milky Boost Cream - Clarins

La nouvelle génération de BB crème innovante et surprenante, gorgée de soins pour la peau. Au cœur de cette nouvelle crème de lait, un ingrédient naturel : le lait de pêche. Ses propriétés nourrissantes et adoucissantes apportent une vague de douceur et de confort à la peau au quotidien. À vous le joli teint de pêche éclatant.

-/ The new generation of innovative and surprising BB cream, bursting with skin care. At the heart of this new milk cream is a natural ingredient: peach tree milk. Its nourishing and softening properties bring a wave of softness and comfort to the skin on a daily basis. Give yourself a beautiful, radiant peach complexion.



MAGIC FINISH - Fond de teint mousse de M. Asam

Couvrant et léger à la fois, le fond de teint MAGIC FINISH offre un rendu des plus naturels. Sa texture mousse facile à étaler sublime et matifie le teint sans obstruer les pores. Base, anti-cernes, fond de teint et poudre à la fois : ce tout-en-un pour une tenue longue durée garantie.

-/ MAGIC FINISH is a light, covering foundation that gives you a natural look. Its easy-to-spread mousse texture enhances and matifies the complexion without clogging pores. Base, concealer, foundation and powder all in one for guaranteed long-lasting wear.

VOYAGE OLFACTIF

-/ OLFATORY TRIP

Des fragrances inspirées par le voyage et ses sensations olfactives d'exception.

-/ Fragrances reminiscent of travels and their unique olfactory sensations.

Byredo - Open Sky

Imaginé à une époque où le monde est figé, Open Sky rend un hommage abstrait à l'expérience du voyage. Notes de tête: pomelo, poivre noir. Notes Cœur: Feuilles de chanvre. Note de fond: Palo Santo, Vétiver.



-/ Composed at a time when the world is standing still, Open Sky is an abstract tribute to the experience of travel. Top notes: pomelo, black pepper Heart notes: Hemp leaves Base Notes: Palo Santo, Vetiver.

On the Beach - Louis Vuitton

Ce parfum raconte le délice du rivage, l'envie du large, la plage comme une étendue de plaisir, la quiétude des tonalités de la mer. Le yuzu, le néroli et les herbes aromatiques conjuguent les infinies émotions d'une journée sur une plage ensoleillée.

-/ This fragrance recounts the delight of the shore, the desire for open sea, the beach as a place of pleasure, the quietness of the sea's hues. Yuzu, neroli and aromatic herbs combine the infinite emotions of a day on a sunny beach.



Fizzy Mint Storie Veneziane Valmont

Un terrazzo italien aux éclats menthe à l'eau. Une eau aromatique hespéridée, dont l'élégante harmonie reflète l'aisance de la personne qui la porte. Une Eau Fraîche moderne et pétillante, délicate qui enveloppe d'un souffle frais et cristallin.

-/ An Italian terrazzo with a burst of refreshing mint. A fresh, aromatic water radiating elegant harmony that reflects the wearer's carefree poise. A modern, sparkling Eau Fraîche, delicate and enveloping like a cloak of crystalline freshness.



Eden Roc - Christian Dior

La Maison Christian Dior célèbre le mythique palace de la Riviera française avec cette fragrance inspirée de ce paradis méditerranéen. Les accords s'expriment pour évoquer les odeurs marines, les fleurs et les agrumes, les senteurs aromatiques et les pins maritimes. Ce parfum salé et boisé évoque la douceur de vivre de ce coin de paradis.

-/ Christian Dior celebrates the mythical palace on the French Riviera with this fragrance inspired by this Mediterranean paradise. Its notes evoke the scent of the sea, flowers and citrus, aromatic scents and maritime pines. This salty and woody fragrance is a tribute to the relaxed lifestyle of this corner of paradise.



COTE MAGAZINE WATCHES & WONDERS

UN SALON À GENÈVE, UN SALON UNIQUE, REGROUPANT LA CRÈME DE LA CRÈME DE BASELWORLD ET DU SIHH.



WATCHES & WONDERS GENEVA

LA PREMIÈRE ÉDITION DIGITALE D'UN SALON HORLOGER

-/ A WATCH SHOW'S FIRST DIGITAL EDITION

La période « avant COVID », pour l'industrie horlogère, a été marquée par deux événements majeurs : La mort de Baselworld et la refonte complète du SIHH. C'est ainsi qu'est né Watches and Wonders. Un salon prenant place à Genève, regroupant la crème de la crème de Baselworld et du SIHH. En d'autres termes, un salon unique.

-/ For the watch industry, the «pre-Covid» period was marked by two major events: The death of Baselworld and the complete overhaul of the SIHH. These events prompted the birth of Watches and Wonders. A show taking place in Geneva, bringing together the crème de la crème of both Baselworld and the SIHH. In other words, a watch show like no other.

Le comité des exposants de Watches and Wonders Geneva a pensé le format du salon de manière à réunir la profession dans un seul et même lieu. Une réelle nécessité, tant pour assurer la continuité des activités commerciales que pour fédérer les manufactures, les détaillants et les médias.

Un beau projet qui n'avait pas prévu la crise sanitaire. Qu'à cela ne tienne ! Watches and Wonders Geneva a fait preuve de souplesse avec la mise en place d'un grand momentum horloger online.

“38 manufactures participantes”

Du 7 au 13 avril, tous les acteurs de l'industrie horlogère ont pu se connecter avec les 38 manufactures participantes via une plateforme unique -watchesandwonders.com- afin de découvrir en exclusivité leurs nouveautés.

Et ce, que ce soit en direct ou en replay, ou de façon interactive. Sans oublier des rendez-vous quotidiens comme par exemple chaque matin à 8 h 30, le Morning Show. Une émission de 30 minutes en direct, accessible au public, pour décrypter toute l'actualité du salon.

Un rendez-vous hors du commun qui impose Watches and Wonders Geneva comme un incontournable. D'ailleurs, rendez-vous est pris pour le printemps 2022 avec une édition (croisons les doigts) en présentiel, qui s'annonce comme le plus grand salon horloger jamais organisé à Genève dans les halles de Palexpo.



Cartier
Cloche
Boîte en platine, 3, 15 mm x 28, 75 mm, mouvement squelette à remontage manuel, bracelet en alligator. Série limitée à 50 exemplaires.



Panerai
Submersible Bronzo Blu Abisso
Boîte en bronze, 42 mm de diamètre, mouvement automatique avec petite seconde et date par guichet, bracelet en cuir.



Bulgari
Octo Finissimo Tadao Ando
Boîte en céramique, 40 mm de diamètre, mouvement extra-plat automatique avec petite seconde, bracelet en céramique. Série limitée à 160 exemplaires.



Vacheron Constantin
Traditionnelle Chronographe
Boîte en platine, 42,5 mm de diamètre, mouvement extra-plat automatique avec chronographe mono-poussoir à aiguille rattrapante et indicateur de réserve de marche, bracelet en alligator. Série limitée à 15 exemplaires.



A. Lange & Söhne
Petite Lange 1 Phases de Lune
Boîte en or gris, 36,8 mm de diamètre, mouvement à remontage manuel heures et minutes décentrées, grande date, petite seconde, indicateur de réserve de marche et des phases de Lune, bracelet en alligator.



Patek Philippe
Nautilus Travel Time Chronograph 5990/1R
Boîte en or rose, 40,5 mm de diamètre, mouvement chronographe flyback automatique avec second fuseau horaire et date par aiguille, bracelet en or rose.



Piaget
Altiplano Ultimate Concept
Boîte en alliage de cobalt, 41 mm de diamètre, mouvement squelette extra-plat à remontage manuel avec heures et minutes décentrées, bracelet en alligator. Sur commande.

Rolex
Datejust
Boîte en acier, 36 mm de diamètre, mouvement automatique avec date par guichet, bracelet en acier.

Montblanc
1858 Chronographe Rattrapante
Boîte en or jaune, 44 mm de diamètre, mouvement à remontage manuel avec chronographe mono-poussoir à aiguille rattrapante, bracelet en alligator. Série limitée à 18 exemplaires.

Jaeger-LeCoultre
Reverso Tribute Small Seconds
Boîte en acier, 45.6 mm x 27.4 mm, mouvement à remontage manuel avec petite seconde, bracelet en cuir.

Tudor
Black bay Fifty-Eight
Boîte en or jaune, lunette en aluminium, 39 mm de diamètre, mouvement automatique, bracelet en tissu.

Patek Philippe
Nautilus 5711
Boîte en acier, 40 mm de diamètre, mouvement automatique avec date par guichet, bracelet en acier.

Chanel Horlogerie
J12 X-Ray Electro
Boîte en saphir et or blanc, lunette sertie de saphirs arc-en-ciel, 38 mm de diamètre, mouvement squelette à remontage manuel, bracelet en saphir avec deux maillons sertis de diamants. Série limitée à 12 exemplaires.

Hermès
H08
Boîte en titane traité DLC, 39 mm de diamètre, mouvement automatique avec date par guichet, bracelet en caoutchouc.

Hublot
Big Bang Unico Yellow Magic
Boîte en céramique, 42 mm de diamètre, mouvement squelette automatique avec chronographe et date par guichet, bracelet en caoutchouc structuré. Série limitée à 250 exemplaires.



“the largest watch show ever organized in Geneva”

-/ The exhibitors' committee of Watches and Wonders Geneva has thought out the format of the show to bring together the profession in one place. This was a real necessity, both to ensure the continuity of commercial activities and to bring together manufacturers, retailers and the media.

A beautiful project that had not anticipated the health crisis. Never mind ! Watches and Wonders Geneva showed flexibility by setting up a great online watchmaking momentum.

From April 7 to 13, all the actors of the watch industry were able to connect with the 38 participating manufactures via a unique platform -watchesandwonders.com- in order to discover their new products exclusively. And this, whether live or on replay, or in an interactive way. Not forgetting daily appointments such as the Morning Show every morning at 8:30 am. A 30-minute live broadcast, accessible to the public, to decipher all the news from the show.

An extraordinary event that makes Watches and Wonders Geneva a must-see. Moreover, an appointment has been made for the spring of 2022 with a live edition (fingers crossed), which promises to be the largest watch show ever organized in Geneva in the Palexpo halls.



TAG Heuer

Aquaracer 300

Boîte en acier, lunette en céramique, 44 mm de diamètre, mouvement automatique avec date par guichet, bracelet en caoutchouc.

Carl F. Bucherer

Heritage BiCompax Annual

Boîte en acier, 41 mm de diamètre, mouvement automatique avec chronographe, grande date et mois par guichet, bracelet en cuir. Série limitée à 888 exemplaires.

Ulysse Nardin

Blast Hourstriker

Boîte en or rose, lunette en titane traité DLC, 45 mm de diamètre, mouvement squelette automatique avec échappement à tourbillon et mécanisme de sonnerie en passant à remontage manuel, bracelet en velours, caoutchouc et alligator.

Audemars Piguet

Code 11.59

Boîtier en or rose 18 carats avec carrure en céramique noire, 41 mm de diamètre, cadran laqué gris fumé et bracelet en caoutchouc noir.



ABYSS
H

HYSEK MANUFACTURE +41 21 804 90 90

@hysekofficial hysek.swiss

HYSEK

LA BELLE AMÉRICAINE

-/ THE BEAUTIFUL AMERICAN

Parmi les trésors créatifs de Vacheron Constantin, l'American 1921. Une montre originale, carrée mais pas vraiment, qui célèbre ses 100 ans cette année. L'occasion idéale pour la manufacture de présenter trois montres commémoratives.

-/ Among Vacheron Constantin's creative treasures, there's the American 1921. An original watch, square but not quite, which is celebrating its 100th anniversary this year. The perfect occasion for the manufacture to introduce three commemorative watches.

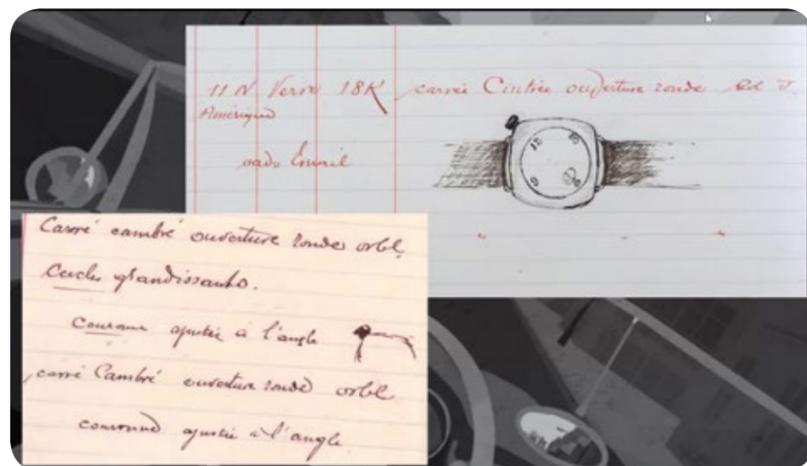
Vacheron Constantin
Place de Longemalle 1 - Tél. 022 316 17 40
www.vacheronconstantin.com



1919



1921



Créée en 1921, il y a un siècle très exactement, l'American 1921 est le reflet de son époque. Ce sont les années folles, rien ne semble impossible, tout est permis. Une époque propice à bousculer les conventions. Entre charleston et surréalisme, Vacheron Constantin ose et lance une folie pour le marché américain. Une montre éditée en petite série, de forme coussin, à la fois carrée et ronde, avec un affichage asymétrique et une couronne décentrée !

Elle est irrésistible, notamment auprès des passionnés d'automobile car son affichage inédit leur permet de lire l'heure d'un rapide coup d'oeil sans avoir à lâcher le volant. On parle alors de driver watch.

Un design inédit, clivant, qui s'impose aujourd'hui comme une signature tant les très rares modèles originaux font tourner la tête des collectionneurs.



Historiques American 1921
White Gold - 40mm
Serapian® calfskin strap



Historiques American 1921
White Gold - 36.5mm
Serapian® calfskin strap

-/ Created in 1921, exactly one century ago, the American 1921 is the reflection of its time. These were the roaring twenties, when nothing seemed impossible and everything was permitted. An era conducive to shaking up conventions. Between the Charleston and surrealism, Vacheron Constantin dares to launch a crazy watch for the American market. One produced in small series, cushion-shaped, both square and round, with an asymmetrical display and an off-centre crown!



Historiques American 1921
Collection Excellence Platine
82035/000P-B748

Après une première réédition dévoilée en 2008 nommée **Historiques American 1921**, Vacheron Constantin lance cette année en célébration de son centenaire trois nouvelles interprétations de cette icône tout en respectant son ADN et ce « Classic with a twist » qui l'a toujours caractérisée. Élégantes, classiques et pourtant décalées, elles conservent bien entendu le boîtier de forme coussin, l'affichage en diagonale et la couronne située à 1 h 30.

Au programme de ces trois nouveautés, deux versions en or blanc, la première, de 40 mm de diamètre, la seconde, de 36,5 mm de diamètre, et une édition collector de 40 mm de diamètre, proposée en série limitée à 100 exemplaires en platine. Trois merveilles animées du calibre manufacture 4400 AS à remontage manuel visible à travers un fond saphir et offrant une réserve de marche de trois jours.

De nouveaux **must have** pensés pour les dandies des temps modernes, férus de vintage, qui ne resteront pas insensibles au bracelet en veau confectionné dans les ateliers milanais de Serapian, maroquinier depuis 1928, contemporain de l'American 1921.

Un siècle s'est écoulé et pourtant... L'American 1921 reste ancrée dans l'actualité horlogère et la tendance tout en célébrant un volet inattendu du patrimoine de Vacheron Constantin.



Historiques American 1921
White Gold - 40mm
Serapian® calfskin strap

It is irresistible, particularly to car enthusiasts, as its unique display allows them to read the time at a glance without having to take their hands off the wheel. It is therefore referred to as a driver's watch.

An original and distinctive design, which has become a signature, as the very rare original models are making collectors' heads spin.

After a first re-edition unveiled in 2008 called **Historiques American 1921**, Vacheron Constantin is launching three new versions of this icon this year to celebrate its centenary, while respecting its DNA and the "Classic with a twist" that has always been its hallmark.

Elegant, classic and yet quirky, they obviously retain the cushion-shaped case, the diagonal display and the crown located at 1:30. These three new models consist of two white gold versions, the first, with a 40 mm diameter, the second, with a 36.5 mm diameter, and a collector's edition with a 40 mm diameter, offered in a limited series of 100 pieces in platinum. Three marvels powered by the hand-wound Manufacture Calibre 4400 AS, visible through a sapphire crystal caseback and offering a three-day power reserve.

These new must-haves are designed for modern-day dandies and vintage enthusiasts, who cannot remain indifferent to the calfskin strap made in the Milanese workshops of Serapian, a leatherworker since 1928 and contemporary of the American 1921.

A century has passed and yet... The American 1921 remains anchored in watchmaking news and trends while celebrating an unexpected aspect of Vacheron Constantin's heritage.

UNE REVERSO SANS LIMITES

-/ A LIMITLESS REVERSO

Jaeger-LeCoultre présente la Hybris Mechanica Calibre 185 qui n'est autre que la plus complexe des Reverso de tous les temps.

-/ Jaeger-LeCoultre presents the Hybris Mechanica Calibre 185, which is none other than the most complex Reverso of all time.

Fruit d'un travail de longue haleine, six années au total, la Reverso Hybris Mechanica Calibre 185 est une montre extraordinaire au sens propre du terme. Non seulement elle regroupe un nombre record de complications, 11 au total, mais elle s'impose comme la première montre au monde à proposer quatre faces d'affichage fonctionnelles.

Une démonstration de savoir-faire unique, passant notamment par des indications astronomiques innovantes et une architecture de boîtier unique.

C'est donc au cœur d'un boîtier double face associé à un brancard double face aux indications synchronisées que s'anime le calibre 185. Une mécanique d'exception jouant ainsi le rôle de chef d'orchestre de 11 complications disposées chacune sur une des quatre faces d'affichage.

Les heures et minutes, le tourbillon volant, le quantième perpétuel instantané avec grande date, jour, mois, année bissextile et indicateur jour-nuit se partagent la face 1. La face 2 accueille une heure sautante, une aiguille des minutes et le système de répétition minutes. Quant à la face 3, elle met en scène les phases de lune dans l'hémisphère nord, le cycle lunaire draconitique indiquant la position de la lune, le cycle lunaire anomalistique indiquant la distance variante entre la terre et la lune, sans oublier les mois et l'année.

Enfin, la face 4 est consacrée aux phases de lune dans l'hémisphère sud. Tout un programme à faire tourner la tête des amateurs de très haute horlogerie qui se matérialise, malgré un nombre record d'indications, dans un boîtier aux dimensions raisonnables. Une autre preuve de savoir-faire car cette complexité demandait auparavant un volume bien supérieur.

Sans le talent des maîtres horlogers de Jaeger-LeCoultre, cette Reverso aurait pu être de la taille d'une horloge de bureau...

“Une montre extraordinaire”



Jaeger-LeCoultre
Reverso Hybris Mechanica Calibre 185 en or gris,
51, 2 x 31 x 15,15 mm, mouvement à remontage manuel,
bracelet en alligator. Série limitée à 10 exemplaires.

-/ Resulting from a long-term work, six years in total, the Reverso Hybris Mechanica Calibre 185 is an extraordinary watch in the most literal sense of the word. Not only does it feature a record number of complications, 11 in all, but it is also the first watch in the world to offer four functional display faces.

This is a unique demonstration of expertise, including innovative astronomical indications and a unique case architecture.

It is thus at the heart of a double-sided case associated with a double-sided stretcher with synchronized indications that the calibre 185 operates. This exceptional mechanism plays the role of conductor for the 11 complications, each of which is located on one of the four display faces.

The hours and minutes, the flying tourbillon, the instantaneous perpetual calendar with large date, day, month, leap year and day-night indicator share side 1. Side 2 houses a jumping hour, a minute hand and the minute repeater system. Face 3 shows the moon phases in the northern hemisphere, the draconic lunar cycle indicating the position of the moon, the anomalistic lunar cycle indicating the varying distance between the earth and the moon, as well as the months and year.

Finally, side 4 is dedicated to the moon phases in the southern hemisphere.

A whole program that will turn the heads of lovers of fine watchmaking, and which, despite a record number of indicators, takes shape within a reasonably sized case. This is another demonstration of know-how, as this complexity previously required a much larger volume.

Without the talent of Jaeger-LeCoultre's master watchmakers, this Reverso could have been the size of a desk clock...



-/ The Reverso Hybris Mechanica Calibre 185 in numbers;

- 4, number of display faces.
- 10, number of pieces available worldwide.
- 11, number of complications.
- 12, number of patent applications.
- 15, thickness of the case in millimeters.
- 50, power reserve of the caliber in hours.
- 72, number of months required to develop the watch.

La Reverso Hybris Mechanica Calibre 185 en chiffres ;

- 4, nombre de faces d'affichage.
- 10, nombre d'exemplaires disponibles pour le monde.
- 11, nombre de complications.
- 12, nombre de dépôts de brevets.
- 15, épaisseur en millimètres du boîtier.
- 50, réserve de marche du calibre en heures.
- 72, nombre de mois nécessaires au développement de la montre.

Trois questions à Catherine Rénier, CEO de Jaeger-LeCoultre

Pensez-vous que la Reverso Hybris Mechanica Calibre 185 représente l'aboutissement de l'art horloger ou aimeriez-vous aller encore plus loin ?

La Reverso Hybris Mechanica Calibre 185 est à ce jour la Reverso la plus compliquée jamais conçue. Elle est non seulement la première montre-bracelet à quatre faces au monde, mais aussi la première à proposer une lecture aussi approfondie du cosmos. Nous sommes très fiers de pouvoir vous présenter cette pièce d'exception qui est le résultat de six années de recherche et de développement. L'innovation et la créativité faisant partie de l'ADN de notre Maison depuis sa création en 1833, nous ne comptons pas nous arrêter là, bien sûr. Mais laissons-nous déjà savourer les réussites du temps présent...

Parmi l'ensemble des complications de la Reverso Hybris Mechanica Calibre 185, quelle est celle qui vous "touche" le plus ?

Il est difficile de n'en choisir qu'une seule tant cette pièce associe d'éléments clés du savoir-faire Jaeger-LeCoultre... Les complications astronomiques qui figurent sur la face intérieure du brancard de la pièce sont particulièrement fascinantes avec là encore une première dans l'histoire de l'horlogerie

mécanique : trois affichages d'informations lunaires permettant de prédire les éclipses solaires et lunaires ainsi que les super lunes. Et je trouve que la représentation de la voûte céleste gravée et laquée dans un dégradé de bleu donne une dimension très poétique du temps dans l'univers.

Auriez-vous pu rêver d'un plus beau cadeau d'anniversaire pour les 90 ans de la Reverso ?

Cette Reverso Hybris Mechanica est en effet un très beau cadeau, fruit des efforts et de la passion de nos équipes de la Manufacture et de 6 ans de recherche et développement. Nous nous réjouissons de pouvoir partager ce cadeau prochainement avec nos partenaires et nos clients.

-/ Three questions to Catherine Rénier, CEO of Jaeger-LeCoultre

Do you think that the Reverso Hybris Mechanica Calibre 185 embodies the ultimate in watchmaking art or would you like to go even further?

The Reverso Hybris Mechanica Calibre 185 is the most complicated Reverso ever made. It is not only the world's first four-sided wristwatch, but also the first to offer such an in-depth reading of the cosmos. We are very proud to be able to present this exceptional

timepiece which is the result of six years of research and development. Innovation and creativity being part of the DNA of our House since its creation in 1833, we do not intend to stop here, of course. But let us relish the successes of the present time...

Among all the complications featured in the Reverso Hybris Mechanica Calibre 185, which one "touches" you the most?

It is difficult to pick just one, so many key elements of Jaeger-LeCoultre's expertise are combined in this piece... The astronomical complications on the inner side of the shaft are particularly fascinating, with another first in the history of mechanical watchmaking: three displays of lunar information that allow the prediction of solar and lunar eclipses as well as supermoons. And to me, the representation of the celestial vault engraved and lacquered in a blue gradient adds a very poetic dimension to time within the universe.

Could you have dreamed of a more beautiful birthday present for the Reverso's 90th anniversary?

This Reverso Hybris Mechanica is indeed a beautiful gift, the result of the efforts and passion of our teams at the Manufacture and of 6 years of research and development. We look forward to sharing this gift with our partners and customers soon.

UN COLLECTOR PRÉCIEUX QUI SE PARE DE VERT

A la veille des célébrations du cinquantenaire de la mythique Royal Oak, tous les yeux, en particulier ceux des collectionneurs, sont rivés sur les nouvelles versions de l'icône. Parmi elles, une Jumbo en platine avec cadran vert... Superbe !

Le vert est une couleur tendance en horlogerie, mais pas uniquement. Elle est également très symbolique de par son évocation de la nature, sa beauté et son respect.

Dans une époque marquée par la protection de la planète, le vert devient donc incontournable. De quoi justifier l'arrivée du vert sur les cadrans de certaines Royal Oak, quand on sait combien la



fondation Piguët oeuvre notamment contre la déforestation.

C'est ainsi que l'on découvre cette superbe Royal Oak Jumbo Extra-Flat en platine avec son cadran vert fumé à motif soleillé mis en majesté au coeur d'un boîtier de 39 mm de diamètre.

Un nouveau collector animé du calibre manufacture 2121 automatique avec sa masse oscillante en or 22 carats.

Une mécanique irréprochable, à la hauteur de l'esthétisme de la pièce, qui permet l'affichage des heures et minutes au centre et de la date par guichet à 3 heures.

-/ On the eve of the mythical Royal Oak's 50th anniversary celebrations, all eyes, especially those of collectors, are set on the new versions of the icon. Among them, a Jumbo in platinum with a green dial... Just superb!

Green is a trendy color in watchmaking, but not only. It is also very symbolic because of its association with nature, its beauty and its respect. In an era marked by the protection of the planet, green becomes essential.

This justifies the introduction of green on the dials of some Royal Oak watches, considering the extent to which the Audemars Piguet Foundation is working against deforestation.

Thus we discover this superb Royal Oak Jumbo Extra-Flat in platinum with its sunburst patterned smoked green dial set majestically in the heart of a 39 mm diameter case.

Audemars Piguet
 + 41 22 319 06 80
 Place de la Fusterie 12, 1204 Genève
www.audemarspiguet.com

COTE MAGAZINE FACE TO FACE

PHILIPPE JOURNO - LILY-ROSE DEPP - LAURENT LECAMP - SHEKHINA BEAUTY CENTER - FGP SWISS & ALPS



À l'été 1963, Jackie Kennedy, épouse du président américain de l'époque John F. Kennedy, et sa fille se rendirent sur la côte amalfitaine italienne pour des vacances avec la famille Agnelli. C'est alors que des photos ont commencé à faire surface de Jackie et Gianni Agnelli, l'Avvocato, autour de Capri.

PHILIPPE JOURNO

BÂTISSEUR DE LIEUX DE VIE

À la tête de la Compagnie de Phalsbourg qu'il a fondée il y a plus de 30 ans, Philippe Journo porte un immobilier de conviction, exclusivement orienté sur des projets visant à améliorer leur environnement et répondant aux plus hauts standards d'exigence architecturale et écologique. Parmi celles-ci, le désormais célèbre « The Village », superbe outlet premium luxe aux portes de Lyon.

-/ Leading the Compagnie de Phalsbourg, which he founded over 30 years ago, Philippe Journo is a committed real estate developer, focusing exclusively on projects that improve their environment and meet the highest standards of architectural and ecological excellence. Among these, the now famous «The Village», a superb premium luxury outlet on the outskirts of Lyon.

www.thevillageoutlet.com

Comment vous est venue l'idée de la création d'un concept tel que « The Village » ?

Notre ambition était de casser les codes de l'outlet, dont l'architecture est bien souvent négligée, et de faire de The Village une réelle destination pour tous ses visiteurs : un lieu de promenade, de découverte et d'émerveillement. Nous avons travaillé un concept architectural très haut de gamme afin que les marques se sentent bien, dans un environnement respectueux de leur image, parce que c'est seulement ainsi qu'elles peuvent s'épanouir et réussir.

The Village est un véritable succès : en un an, il a accueilli près de 4 millions de visiteurs. Comment expliquez-vous une telle réussite ?

Nous l'expliquons par notre vision selon laquelle pour nos clients, rien n'est trop beau ! Pour eux, nous avons déployé une architecture exceptionnelle, des spectacles sur le lac, une végétalisation à outrance, une offre de restauration généreuse et variée, des services premium. Et, bien entendu, nous avons sélectionné une diversité d'enseignes offrant des produits de qualité à des prix remisés tout au long de l'année. Les services que nous proposons vont bien au-delà de ce qu'on trouve habituellement dans les centres commerciaux. On notera par exemple les lounges VIP et « La Suite By Baccarat » réservés à nos clients fidèles ou encore les services de Personal Shopper, Shopping main libre, détaxe centralisée, etc.

Quelles sont selon vous les perspectives d'évolution pour «The Village»?

The Village n'est encore qu'au tout début de son histoire ! Nous avons volontairement choisi d'ouvrir le centre en trois phases : la phase 1 est achevée à 100%, la phase 2 sera complètement opérationnelle d'ici la fin de l'été ; après avoir ouvert Prada et Hugo Boss nous accueillerons Kenzo et Vanessa Bruno au mois de mai. Il restera à lancer la phase 3 à la rentrée, entièrement consacrée aux marques de luxe.

The Village est le premier centre « phygital » au monde, qu'est-ce que cela signifie concrètement ?

Le centre déploie thevillageoutlet.com, une plateforme de e-commerce unique qui permet à nos clients de retrouver en ligne 24/24 et 7/7 les mêmes produits qu'en magasin. C'est un outil incroyable pour nos enseignes et un service sans égal pour nos clients. Il remporte un vif succès, particulièrement lors des périodes de confinement : au cours du premier trimestre 2021, thevillageoutlet.com a enregistré +316% de chiffre d'affaires par rapport à 2020 !

-/How did you come up with the idea of creating a concept such as «The Village»?

Our ambition was to disrupt the codes of the outlet, whose architecture is often neglected, and to make The Village a real destination for all its visitors: a place to stroll, to discover and to marvel at. We worked on the high-end architectural concept to make brands feel good, in an environment that respects their image, because that's the only way they can flourish and succeed.

The Village is a smashing hit: in one year, it has welcomed nearly 4 million visitors. How do you explain this success?

We explain it by our vision that nothing is ever too good for our customers! For them, we have deployed exceptional architecture, shows on the lake, abundant vegetation, a generous and varied restaurant offer, and premium services. And, of course, we have selected a variety of brands offering quality products at discounted prices throughout the year.

The services we offer go far beyond what is usually found in shopping centers. For instance, we have VIP lounges and "La Suite By Baccarat" reserved for our loyal customers, as well as Personal Shopper services, hands-free shopping, centralized tax exemption, etc.

What does the future hold for «The Village», in your opinion?

The Village is still at the very beginning of its history! We have deliberately chosen to open the center in three steps: phase 1 is 100% complete, phase 2 will be fully operational by the end of the summer; after opening Prada and Hugo Boss we will welcome Kenzo and Vanessa Bruno in May. Phase 3 will be launched in the fall and will be entirely dedicated to luxury brands.

The Village is the first «phygital» center in the world, what does that mean in practical terms?

The center is deploying thevillageoutlet.com, a unique e-commerce platform that allows our customers to find the same products online 24/7 as they do in-store. It's an incredible tool for our stores and an unparalleled service for our customers. It has been a great success, especially during lock-in periods: in the first quarter of 2021, thevillageoutlet.com recorded +316% sales compared to 2020 !

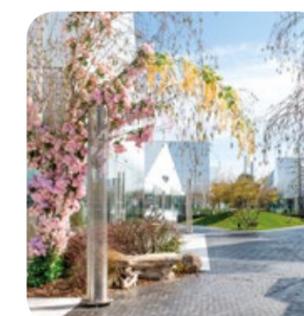


-/ Compagnie de Phalsbourg is about to open an incredible place in Paris, the Philanthro-Lab, centered on philanthropy and generosity. Can you tell us a few words about it beforehand?

I believe, deeply, that "giving makes you better" and that if everyone gives, even a little, it can contribute to a better world, a less selfish society.

This place helps patrons, associations and volunteers who are committed to the general interest. It is also aimed at companies that wish to take part in this mission.

This project is at the same time a meeting place, a co-working space, a training and consulting center, an incubator, a place for events and citizen engagement. The Philanthro-Lab is a UFO in the landscape, it is a place without equal in the world.



La Compagnie de Phalsbourg ouvre à Paris un lieu incroyable, le Philanthro-Lab autour de la philanthropie et la générosité. Pouvez-vous nous en dire quelques mots en « avant-première » ?

Je crois, profondément, que « donner rend meilleur » et que si tout le monde donne, même un peu, cela peut contribuer à un monde un peu meilleur, une société moins égoïste. Ce lieu aide les mécènes, les associations

et bénévoles qui s'engagent en faveur de l'intérêt général. Il s'adresse aussi aux entreprises qui souhaitent prendre part à cette mission.

Ce projet est à la fois un lieu de rencontres, un espace de co-working, un centre de formation et de conseil, un incubateur, un lieu d'événements et d'engagement citoyen. Le Philanthro-Lab est un ovni dans le paysage, c'est un lieu sans équivalent dans le monde.

LILY-ROSE & CHANEL

Interview exclusive de Lily-Rose Depp, qui incarne, tout en énergie, éclat et mouvement cette ode à la couleur magnifiant tous les sourires : Rouge Coco Bloom, le rouge à lèvres nouvelle génération signé Chanel. Vingt teintes éclatantes, hydratantes et longue tenue. «Mettez du rouge et brillez», disait Coco Chanel.

-/ Exclusive interview with Lily-Rose Depp, who embodies this ode to color magnifying smiles with energy, radiance and flow: Rouge Coco Bloom, the new generation lipstick by Chanel. Twenty sparkling, moisturizing and long-lasting shades, «Put on some red and shine» as Coco Chanel said.

Décrivez-nous votre relation avec la Maison CHANEL en quelques mots.

CHANEL fait partie de ma vie depuis toujours et j'ai la chance de collaborer avec la Maison depuis l'âge de 15 ans. Je suis très heureuse de travailler avec des personnes formidables, talentueuses et bienveillantes, mais aussi de témoigner de leur savoir-faire. L'équipe me met à l'aise, je me sens ici chez moi.

Pour vous, qu'est-ce que représente le rouge à lèvres ?

Le rouge à lèvres est pour moi indispensable à tout maquillage. J'adore mettre en valeur mes lèvres. Je me suis toujours amusée avec le rouge à lèvres, en explorant les différentes façons dont il peut transformer un look.

Quelle est votre teinte Rouge Coco Bloom préférée ?

Elles sont toutes uniques et sublimes, mais, si je devais choisir, je dirais Opportunity et Alive.

Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans ce nouveau rouge à lèvres ?

J'aime particulièrement ce rouge à lèvres parce qu'il allie deux qualités difficiles à trouver habituellement dans un tel produit : l'hydratation et la longue tenue. Je peux le porter toute la journée sans problème, mes lèvres restent belles et hydratées.

À PROPOS DE VOTRE VISITE DU LABORATOIRE DE FORMULATION MAQUILLAGE...

Comment s'est passée votre visite des laboratoires Maquillage à Pantin ?

C'était fantastique, une vraie chance. J'ai pu visiter les laboratoires et voir la magie opérer lors de la fabrication du maquillage.

Quelle étape de la création du rouge à lèvres Rouge Coco Bloom préférez-vous ?

Je dirais sans hésiter le mélange des pigments, quand ils sont sous forme liquide. On aurait dit de la peinture, c'était génial.

À PROPOS DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE

Comment s'est déroulé le tournage du film de la campagne ?

Je me suis beaucoup amusée. C'est toujours un plaisir de travailler avec l'équipe Beauté de CHANEL. Pour cette campagne, il y avait aussi une troupe de danseurs incroyables, qui étaient tous très doués et adorables. Je n'ai pas eu l'impression de travailler.

-/ Can you, in a few words, tell us about your relationship with la Maison CHANEL?

CHANEL has been a part of my life for as long as I can remember, and I have been lucky enough to work with them since I was 15. I feel incredibly lucky not only to get to work with such an amazing, kind, and gifted team, but also to bear witness to their talents. The Maison really feels like home because of the people inside of it.

What relationship do you have with lipstick?

Lipstick is something that I feel no makeup look is complete without! Lips are my favorite feature to play up, and so I've always loved playing around with lipstick and the ways that it can change your whole look.

What is your favourite Rouge Coco Bloom shade?

They're all so unique and beautiful, but if I had to pick, I'd say Opportunity and Alive.

What do you like the most in this new lipstick?

What I especially love about this lipstick is that it combines two qualities you often don't find in one lipstick-hydration and long-wear. I find that I can wear it all day and it stays perfectly in place while still keeping my lips feeling nice and hydrated!

A FEW QUESTIONS ON YOUR VISIT IN THE MAKE UP FORMULATION LABORATORY

How was your visit of the makeup laboratories in Pantin?

It was great! I felt so lucky to be able to visit the laboratories and witness firsthand the magic that goes into creating the CHANEL Makeup we know and love.

What was your favourite step in creating the Rouge Coco Bloom lipstick?

Definitely the mixing of the pigments when they're in their liquified form! It felt like painting and was so much fun.

A FEW QUESTIONS ON THE ADVERTISING CAMPAIGN

How was it working on the advertising film of the campaign?

So much fun! It's always wonderful to get to work with the CHANEL



© CHANEL. Collection Rouge Coco Bloom, Making of Ad Campaign

© CHANEL. Collection Rouge Coco Bloom



© CHANEL. Collection Rouge Coco Bloom



Avez-vous dû répéter beaucoup la chorégraphie ?

Oui ! Mais, heureusement, j'étais entourée de danseurs géniaux qui m'ont aidée. Nous avons tous passé un bon moment.

Beauty team, and this time we also got to work with the most incredible group of dancers who were all so talented and sweet. It didn't feel like work at all!

Did you practice the dance routine many times?

We did! But luckily I was surrounded by so many amazing dancers, and so they really showed me the ropes and we just had the best time.

LAURENT LECAMP

UN HOMME DE TERRAIN

Nouveau patron des montres Montblanc, Laurent Lecamp, français d'origine niçoise, vit en Suisse depuis près de 20 ans. Après une courte expérience dans les vins & spiritueux, il ne quittera plus jamais le monde horloger. Il a notamment créé la marque Cyrus, pris la présidence de Bucherer au Japon. Un homme de marketing et créatif qui compte bien mettre tout son talent et son expérience au service de sa nouvelle maison.

-/ Montblanc watches' new head, Laurent Lecamp, a Frenchman from Nice, has been living in Switzerland for almost 20 years. After a short experience in the field of wines & spirits, he never left the watchmaking world again. He notably created the Cyrus brand and became president of Bucherer in Japan. A marketing and creative man who intends to bring all his talent and experience to his new company.

Lorsque l'on rencontre pour la première fois Laurent Lecamp, il nous raconte une histoire. Celle de ce vieil homme qui préfère déplacer une montagne au lieu de la gravir. Ce qu'il arrivera à faire avec l'aide des dragons de son roi. La morale ? On ne peut pas commencer quelque chose en pensant que c'est impossible. De quoi mettre en majesté les moteurs de ce décideur enthousiaste : La croyance et la confiance. Il répond à nos questions...

Nouvellement arrivé chez Montblanc, comment présenteriez-vous la collection horlogère de la maison à un néophyte ?

Comme une collection complète avec ses différentes catégories. Notre offre va de la montre entrée de gamme à l'extraordinaire garde-temps, en passant par des modèles riches de la tradition horlogère tout en restant assez raisonnables. Le fait de disposer de notre propre manufacture* est une vraie richesse. Cela nous permet par exemple de proposer des finitions haut de gamme sur des mouvements destinés à des montres « milieu » de gamme. En fait, nous sommes capables d'interactivités entre chacune de nos collections.

*C'est en 2006 que la manufacture Minerva a été rachetée par le Groupe Richemont pour l'associer à la marque Montblanc.

Votre prédécesseur, Davide Cerrato, a fortement ancré les montres Montblanc dans l'univers du vintage, vous reconnaissez-vous dans ce style ?

Oui mais avec certaines nuances. Il n'y a pas qu'un vintage mais deux. Celui que j'appellerais inspirational et celui qui nous renvoie aux modèles d'origine. Le premier continuera d'exister chez Montblanc au fil de montres modernes dont le design s'inspire de pièces d'antan. Le second offre une légitimité à notre marque puisque nous voyons la cote de certains modèles Villeret exploser. Mais attention, il ne faut jamais oublier de faire du neuf avec du neuf car ce sont ces créations qui feront le vintage de demain.

Ayant vous-même créé votre marque de montres, Cyrus, homme de marketing, allez-vous donner une impulsion à la marque plus terrain que créative ?

L'important c'est l'innovation à différents niveaux. Le design à travers une différenciation forte pour une reconnaissance accrue. Une

-/ When meeting Laurent Lecamp for the first time, he tells us a story. That of this old man who would rather move a mountain than climb it. Which he will manage to do with the help of his king's dragons. The point? You can't start something thinking it's impossible. This is what drives this enthusiastic decision-maker: Belief and trust. He answered our questions...

As a newcomer to Montblanc, how would you present the company's watch collection to a layman?

As a complete collection with its different categories. Our offer ranges from entry-level watches to extraordinary timepieces, including models that are steeped in the watchmaking tradition while remaining fairly affordable. Having our own manufacture* is a real asset.

It allows us, for example, to offer high-end finishes on movements intended for "mid-range" watches. In fact, we are capable of interactivity between each of our collections.

*In 2006, the Minerva factory was bought by the Richemont Group to associate it with the Montblanc brand.

Your predecessor, Davide Cerrato, strongly anchored Montblanc watches in the world of vintage, do you recognize yourself in this style?

Yes, but with a few nuances. There isn't just one vintage, but two. The one I would call inspirational and the one that takes us back to the original models.

The first one will keep on existing at Montblanc as we continue to make modern watches whose design is inspired by pieces from yesteryear. The second offers legitimacy to our brand as we see the popularity of certain Villeret models skyrocket. But beware, we must never forget to innovate with new creations, because these ones will actually become tomorrow's vintage.

Having created your own brand of watches, Cyrus, and being a marketing man, are you going to give the brand a boost that is more down-to-earth than creative?

The important thing is innovation on several levels. Design through strong differentiation for increased recognition. Adaptation to new customer expectations, lifestyles and habits.

adaptation aux nouvelles attentes de la clientèle, à son style de vie et ses habitudes inédites

Quelle modèle Montblanc portez-vous le plus ?

Il y en a plusieurs, je suis à l'aise avec des pièces classiques, vintage, toujours chic et parfois compliquées. C'est la raison pour laquelle j'adore le 1858 Geosphere et sa complication unique, ou la Pulsograph Heritage de 40 mm de diamètre avec un cadran saumon que je porte aujourd'hui.



Which Montblanc model do you wear the most?

There are several, I'm comfortable with classic, vintage, always chic and sometimes complicated pieces. That's why I love the 1858 Geosphere and its unique complication, or the 40 mm diameter Pulsograph Heritage with a salmon dial that I wear today.

SHEKHINA BEAUTY CENTER, PRIORITÉ AU BIEN-ÊTRE

Dans son centre Shekhina Beauty Center -SBC pour les intimes-, Virginie Ambassa vous offre une expérience unique. Découvrez des soins de qualité au cœur d'un espace digne des mille et une nuits.

-/ In her Shekhina Beauty Center -SBC for friends-, Virginie Ambassa offers you a truly unique experience. Discover quality treatments in a space worthy of the Thousand and one nights.

Depuis vingt ans, Virginie Ambassa dédie sa vie et son énergie au bien-être des autres. C'est au plein cœur des Eaux-Vives qu'il y a trois ans, elle ouvre les portes de son propre centre. Son but : créer un lieu de paix et de relaxation pour celles et ceux qui prennent rarement le temps de se reposer. « La majorité d'entre nous ne fait que courir », dit-elle, « on ne s'accorde pas suffisamment de temps pour prendre soin de soi ».

C'est pourquoi SBC est un endroit à l'abri du monde, accueillant et chaleureux, où l'on vous accueille avec le sourire et un professionnalisme de tous les instants. Cette entreprise est avant tout familiale, car c'est l'aide et le soutien de sa fille qui sont à l'origine de sa motivation. Celle d'offrir un lieu, non seulement à Genève, mais également à Dubaï, où elle propose de multiples soins en privé ou en duo.

Avec nous, elle partage sa passion pour la culture orientale. Entrer dans son centre, c'est pénétrer dans un autre monde. Au cœur d'un environnement de 200 m2, vous admirerez des murs couverts de fresques et des sols en marbre splendides, sans oublier un hammam à la beauté apaisante. Laissez derrière vous le stress et les tracas du quotidien pour vous immerger dans la chaleur du Moyen-Orient, où l'odeur envoi- rante des huiles épicées et boisées vous fera perdre tout sens des réalités.

Ici, vous vous sentirez privilégié/e et unique, car Virginie met un point d'honneur à offrir des soins sur-mesure à ses clients. Comme elle aime le dire, « Le vrai bien-être, c'est laisser quelqu'un prendre soin de nous. Venir ici, c'est lâcher prise et se retrouver. »

Pour celles et ceux en quête d'un simple moment de relaxation, un jacuzzi, un sauna et une salle de détente sont à leur disposition. Pour pousser plus loin l'expérience du repos des sens, laissez-vous tenter par des soins traditionnels et exotiques, vous en ressortirez léger/ère et fort/e d'une énergie nouvelle. Virginie Ambassa est là pour vous et avec vous, venez voyager à ses côtés. Ne laissez pas le stress avoir le dernier mot.

-/ For twenty years, Virginie Ambassa has dedicated her life and energy to the well-being of others. Three years ago, she opened her own center in the heart of Eaux-Vives. Her goal: to create a place of peace and relaxation for those who so rarely take the time to rest. "Most of us just run around," she says, "we don't give ourselves enough time to take care of ourselves."

As a result, SBC is a place that is sheltered from the world, caring and warm, where you are greeted with a smile and professionalism at all times. This business is above all a family affair, because it was the help and support of her daughter that inspired her motivation: That of offering a place, not only in Geneva, but also in Dubai, where she proposes numerous treatments in private or in duo.

With us, she shares her passion for oriental culture. To enter her center is to step into another world. In the heart of a 200 m2 environment, you will admire frescoed walls and splendid marble floors, not to mention a hammam of soothing beauty. Leave behind the stresses and strains of everyday life and immerse yourself in the warmth of the Middle East, where the intoxicating scent of spicy oils and woody notes will make you lose all sense of reality.

Here, you will feel privileged and unique, as Virginie makes it a point of honor to offer tailor-made treatments to her clients. As she likes to say, "True well-being is letting someone take care of you. Coming here is about letting go and reconnecting with yourself. "

For those looking for a simple moment of relaxation, a Jacuzzi, sauna and relaxation room are available. To take the experience of resting the senses even further, let yourself succumb to the temptation of traditional and exotic treatments: you will come out of it light and strong with new energy. Virginie Ambassa is there for you and with you, join her on a journey. Don't let stress have a say in your life.



© Alex Pittet

FGP SWISS & ALPS,

UNE ENTITÉ DÉDIÉE AUX PROPRIÉTÉS LES PLUS EXTRAORDINAIRES ET À LEURS AMATEURS, À TRAVERS TOUTE LA SUISSE AINSI QUE LES ALPES FRANÇAISES.

Dès juin 2021, le groupe Comptoir Immobilier lance FGP Swiss & Alps, marquant son affiliation à Forbes Global Properties, la nouvelle plateforme internationale dédiée à l'immobilier de prestige dont le Groupe CI est membre fondateur.

Nous avons rencontré Quentin Epiney et Quentin Du Pasquier, respectivement Administrateur délégué et Directeur Général de la nouvelle structure. Deux hommes au parcours professionnel déjà impressionnant, prêts à relever ce défi.

-/ As of June 2021, the Comptoir Immobilier Group is launching FGP Swiss & Alps, reflecting its affiliation with Forbes Global Properties, the new international platform dedicated to prestige real estate of which CI Group is a founding member. We met Quentin Epiney and Quentin Du Pasquier, respectively Managing Director and General Manager of this new entity.

Two men with already impressive professional backgrounds, ready to take up this challenge.



Comment le groupe CI a-t-il rejoint l'aventure Forbes Global Properties ?

QE : Depuis 2013, j'ai eu l'opportunité de développer les réseaux internationaux du groupe, notamment en prenant part à de nombreuses conventions immobilières. J'ai eu la chance de développer des relations privilégiées avec Jeff Hyland, Président de Hilton & Hyland à Beverly Hills et fondateur de Forbes Global Properties. Par ce biais, nous avons été amenés à devenir coactionnaires, avec la famille Forbes et d'autres grands professionnels internationaux, de cette startup à l'avenir prometteur.

Grâce à cette superbe marque de confiance, nous allons pouvoir faire bénéficier nos clients du rayonnement et de l'audience de Forbes. Forbes Global Properties repose sur la marque, reconnaissable entre toutes, mais aussi sur la plateforme Forbes média, premier média économique de la planète, avec ses 140 millions d'internautes uniques chaque mois, ainsi que ses 70 millions d'abonnés sur les réseaux sociaux.

Avez-vous hésité, de peur de perdre un peu de l'ADN originel du Comptoir Immobilier à Genève, sa forte identité locale ?

QE : Non, car les valeurs du Comptoir Immobilier demeurent fondamentales. Ce sont nos quatre piliers : l'éthique, le service, la performance et le développement durable, complété ici par la loyauté et la discrétion. C'est cette quête perpétuelle d'excellence qui nous a d'ailleurs décidés à prendre part au projet Forbes Global Properties.

Le professionnalisme et l'esprit de proximité du Comptoir Immobilier sont ainsi associés au dynamisme et à la portée internationale du nom Forbes. En cette période où la Suisse et la montagne émergent comme des valeurs refuges, ce projet nous est apparu comme une suite logique et un développement prometteur, porteur de valeur ajoutée pour nos clients présents et futurs.

Au-delà de l'opportunité de rejoindre un réseau de prestige, ce tournant était-il une évolution nécessaire pour CI EXCLUSIVE PROPERTIES ?

QDP : Au fil du temps, il est apparu que les raisons qui faisaient le succès

-/ How did the CI Group join the Forbes Global Properties adventure?

QE: Since 2013, I have had the chance to broaden the group's international networks, notably by taking part in numerous real estate conventions. I was fortunate to develop a special relationship with Jeff Hyland, President of Hilton & Hyland in Beverly Hills and founder of Forbes Global Properties. Through this relationship, we were able to become co-shareholders, along with the Forbes family and other leading international professionals, in this promising startup.

This great endorsement will allow us to bring the reach and audience of Forbes to our clients. Forbes Global Properties relies on the brand, recognizable among all, but also on the Forbes media platform, the first economic media on the planet, with its 140 million unique Internet users each month, as well as its 70 million subscribers on social networks.

Did you hesitate for fear of losing some of the original DNA of Comptoir Immobilier in Geneva, its strong local identity?

QE: No, because the values of Comptoir Immobilier remain paramount. They are our four pillars: ethics, service, performance and sustainable development, complemented here by loyalty and discretion. It is this perpetual quest for excellence that made us decide to take part in the Forbes Global Properties project.

The professionalism and the local spirit of Comptoir Immobilier are thus associated with the dynamism and the international scope of the Forbes name.

At a time when Switzerland and the mountains are emerging as safe havens, this project seemed to us to be a logical continuation and a promising development, bringing added value for our present and future clients.

Beyond the opportunity to join a prestigious network, was this a necessary evolution for CI EXCLUSIVE PROPERTIES?

QDP: Beyond the opportunity to join a prestigious network, was this a



Quentin Du Pasquier & Quentin Epiney

du Comptoir Immobilier et celui de sa division prestige n'étaient pas nécessairement les mêmes.

L'immobilier de prestige a des codes particuliers, qui diffèrent sensiblement de ceux du reste du secteur. Les clients ont des besoins et envies très spécifiques, qu'il faut parfois devancer, voire deviner. Le prix est généralement moins fondamental que dans la vente immobilière traditionnelle. En revanche, la notion de service, d'accompagnement, et d'expertise sont primordiales. Il faut pouvoir trouver la perle rare qui provoquera le déclic.

Dès lors, bénéficier du réseau de Forbes Global Properties dans un tel contexte est un atout considérable.

QE : Nos clients attendent de nous que nous puissions capter une clientèle exclusive et internationale. A cet égard, cette affiliation nous ouvre un champ d'action exceptionnel.

Mais alors au-delà du nom, quelle est réellement la nouveauté que propose FGP Swiss & Alps ?

QDP : Avec Forbes Global Properties, nous offrons un accès privilégié au marché local et l'expertise du groupe CI, avec une vitrine internationale inégalée. Par ailleurs, FGP Swiss & Alps sera un acteur ouvert à la démarche collaborative, partenaire de choix, y compris pour les promoteurs et professionnels de l'immobilier les plus sélectifs.

QDP: Over time, it became obvious that the reasons behind the success of Comptoir Immobilier on one hand, and that of its prestige division on the other, were not necessarily the same. Prestige real estate has its own particular codes, which differ significantly from those of the rest of the field. The customers have very specific needs and desires, which it is sometimes necessary to anticipate, even to guess.

The price is generally less fundamental than in traditional real estate sales. On the other hand, the notion of service, accompaniment and expertise are essential. It is necessary to be able to find the real gem that will trigger the sale. Therefore, benefiting from the Forbes Global Properties network in such a context is a considerable asset.

QE: Our clients expect us to be able to attract an exclusive and international clientele. In this respect, this affiliation opens up an exceptional field of action for us.

But beyond the name, what is really new about FGP Swiss & Alps?

QDP: With Forbes Global Properties, we offer a privileged access to the local market and the expertise of the CI group, with an unmatched international exposure. Moreover, FGP Swiss & Alps will be a collaborative player, a partner of choice, even for the most demanding developers and real estate professionals.

BULGARI ALLEGRA
 - LE PARFUM SUR MESURE -



Bulgari propose un nouveau concept de parfumerie personnalisable #MagnifyForMore

Cinq essences qui contiennent de puissantes concentrations d'ingrédients naturels : rose, vanille, bergamote, musk et patchouli, à mélanger avec l'eau de parfum Bulgari Allegra. L'essence Magnifying donne alors au parfum une touche différente. Que vous ayez envie de soleil ou d'une touche de douceur réconfortante, vivez le parfum d'une manière nouvelle.

Les flacons exaltent la couleur et l'énergie de l'Italie, tout en exprimant l'audacieuse du design de Bulgari.

Disponible sur Globus.ch et bientôt au Globus Genève

-/ Bulgari introduces a new concept in perfumery, #MagnifyForMore, inviting you to style a personal scent.

These five Magnifying essences contain powerful concentrations of natural ingredients, rose, musk, vanilla, bergamot and patchouli. Spritzed on top of a Bulgari Allegra eau de parfum, the Magnifying essence gives the scent a twist. Whether you crave a sunny boost of happiness or a comforting dash of sweetness, experience fragrance the new way.

The flacon's exuberant hues exalt the color and joyous energy of Italy, while expressing the daring design of Bulgari.

Available on Globus.ch and soon at Globus Geneva

COTE MAGAZINE
Haute Joaillerie

MARRAINE - LUCIA SILVESTRI - N°5 MASTERPIECE - 70'S SHADES - LA HAUTE JOAILLERIE À PARIS - MONTRES PRÉCIEUSES
 LES DIAMANTS DANS TOUS LEURS ÉTATS - LES DEUX PILIERS CRÉATIFS DE PIAGET - LE LANGAGE DE LA COULEUR - LA VIE EN BLEU



Salvador Dalí par Henryk Kaston, *Broche Ruby Lips*, années 1970-80. Broche Or 18 carats, rubis, perles de culture Miami, Collection particulière. © Robin Hill.
 En créant la broche Ruby Lips, Salvador Dalí réinterprète la bouche, extrême symbole de féminité et de sensualité, à travers un nouvel art : celui de la haute joaillerie. Dévoilant ainsi une nouvelle facette de ses talents d'artiste, il matérialise l'image poétique selon laquelle l'ultime raffinement pour une femme est d'avoir les lèvres couleur de rubis et les dents blanches comme des perles...

LUCIA SILVESTRI

REINE DES PIERRES

- / THE CHROMATIC ART ACCORDING TO BULGARI

Lucia Silvestri est une femme qui parle aux pierres. Et les pierres lui répondent grâce à l'émotion rare qu'elles dégagent lorsqu'une collection est aboutie.

Elle est entrée chez Bulgari pour un job d'été et voilà 40 ans qu'elle fait partie de l'histoire de la maison et qu'elle construit le style inimitable de la haute joaillerie Bulgari.

A la tête des équipes de designers et d'acheteurs, la directrice artistique de Bulgari parcourt le monde à la recherche de pierres d'exception pour créer des pièces toujours plus extraordinaires. Elle nous fait l'honneur d'être la marraine de cette thématique joaillière.

Quelle est l'importance de la couleur dans les créations Bulgari, les pierres de couleur font-elles partie de l'ADN de la marque ?

Il est certain que l'utilisation de combinaisons de couleurs audacieuses, et en particulier de pierres de couleur, est l'une des principales caractéristiques de l'ADN de Bulgari depuis son origine jusqu'à aujourd'hui, et Bulgari est également connu comme étant le Maître des pierres de couleur.

Avez-vous une pierre préférée ?

Le saphir, en raison de ses nombreuses couleurs, qui représentent plusieurs aspects de sa personnalité. C'est une pierre qui me correspond, car ma personnalité a également de nombreuses nuances. D'ailleurs, le tout premier collier que j'ai réalisé entièrement seule, de l'achat des pierres au design, était un collier qui comportait à la fois des saphirs bleus et jaunes; cette pierre précieuse a donc définitivement une place spéciale dans mon cœur.

Qu'est-ce que la " Lucia Silvestri touch " ?

Je recherche toujours l'harmonie parfaite entre les couleurs, les formes et les proportions.

- / Lucia Silvestri is a "stone whisperer". And the stones answer her with the unique emotion they give off when a collection is complete. She joined Bulgari for a summer job, and for 40 years now she has been part of the company's history, building the inimitable style of Bulgari fine jewelry. Leading a team of designers and buyers, the artistic director of Bulgari travels the world in search of exceptional stones to create ever more extraordinary pieces. She has honored us by being the Godmother of our jewelry thematic section.

- / What's the importance of colour in Bulgari creations, are colored stones a part of the brand's DNA?

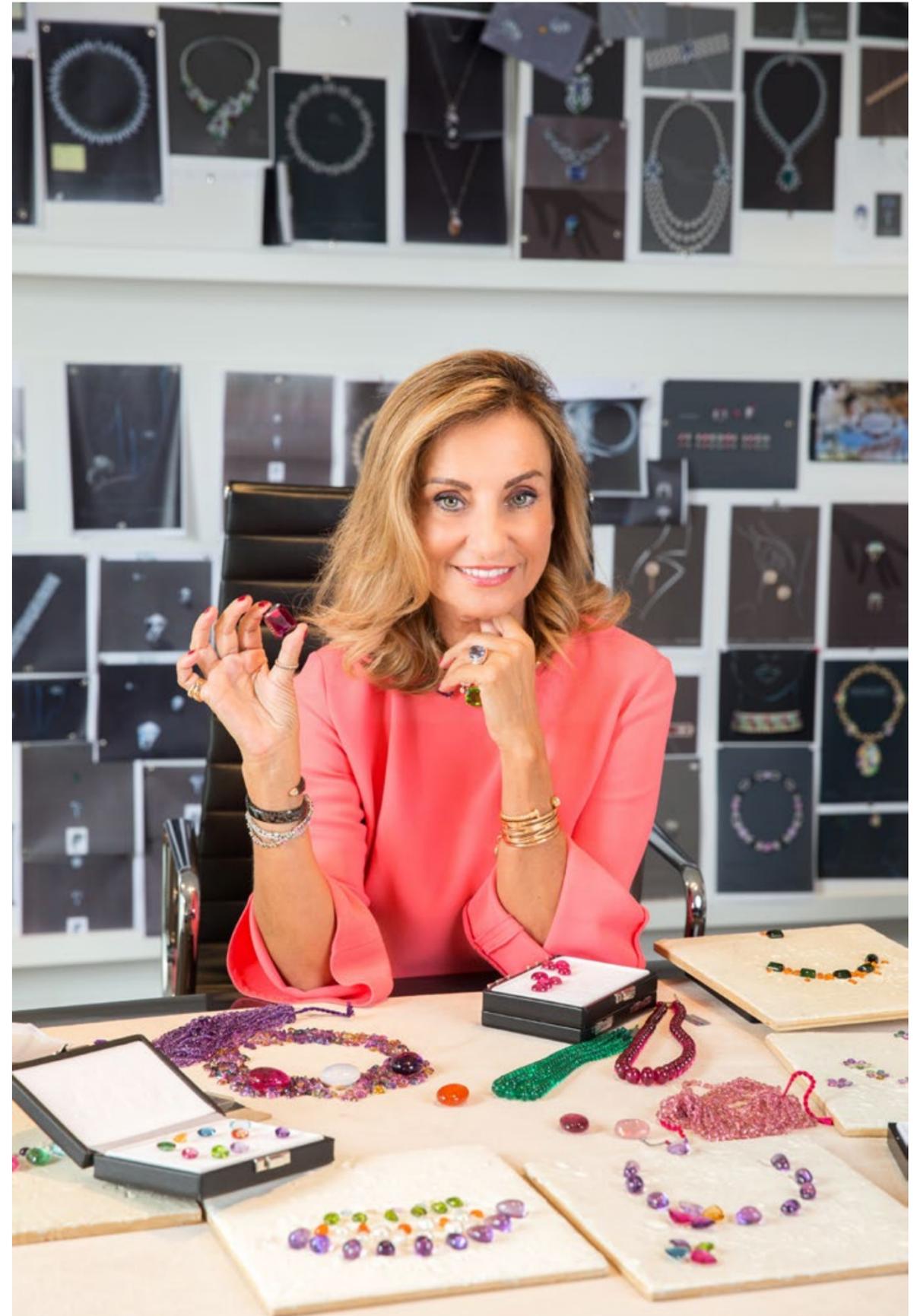
For sure, the use of daring color combinations, and especially colored stones, is one of the main features of Bulgari's DNA from its origin until today, indeed Bulgari is also known as the Master of color gems.

Do you have a favourite stone?

Sapphire is my favorite stone because of the many colors it has which represent many aspects of its personality. A gem that represents me, as my personality has many colors as well. Moreover, the very first necklace I realized completely on my own, from gem buying to design, was a necklace that featured both blue and yellow Sapphires so this gemstone definitely has a special place in my heart.

What is the « Lucia Silvestri touch » ?

I always look for the perfect harmony between colors, shapes and proportions.

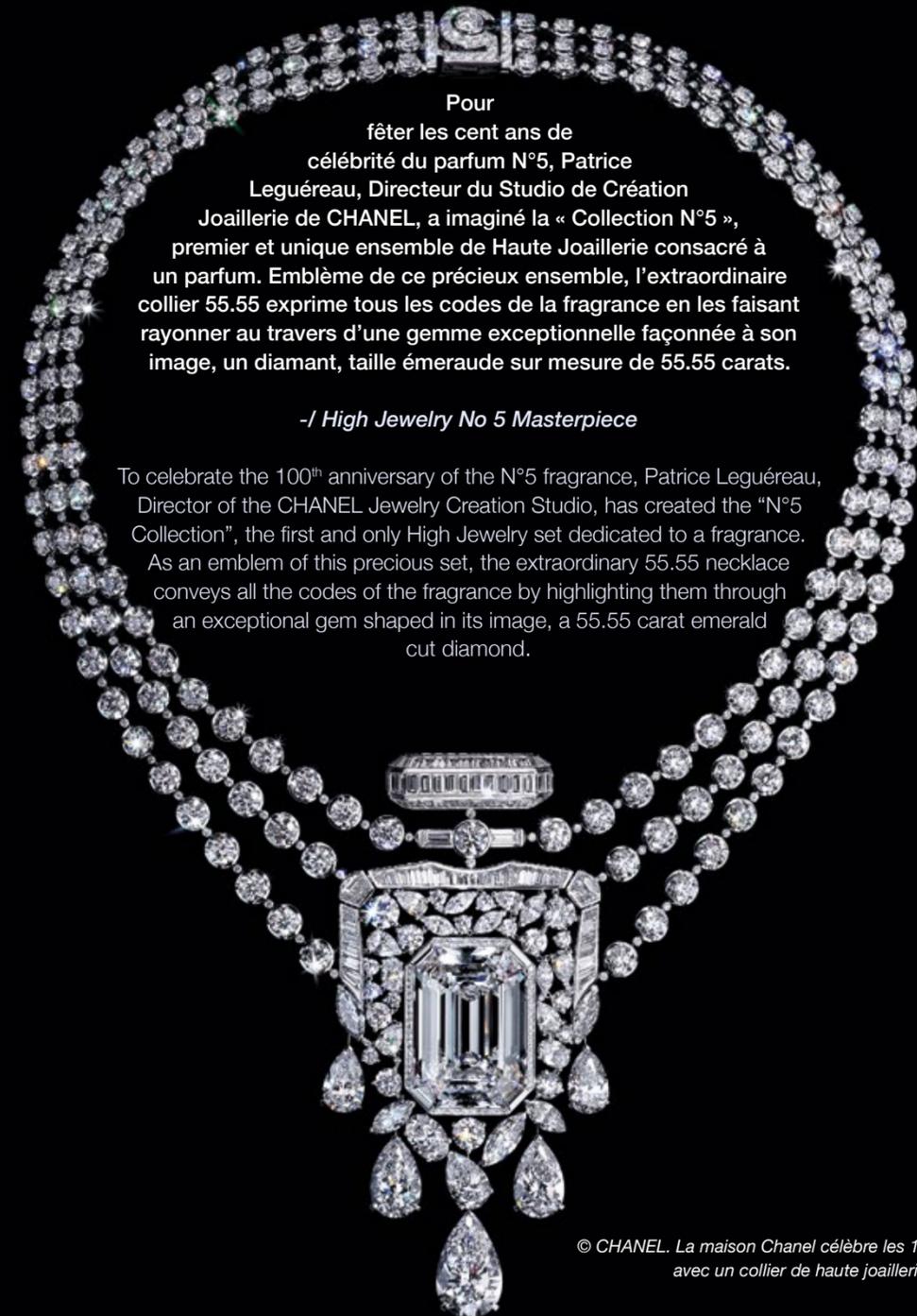




Ode à la joie de vivre, à l'audace créative et à l'élégance absolue, le collier **"Cabochon Exuberance"** est une invitation à un voyage fastueux autour du monde. Dessiné en suivant les lignes graphiques des jardins Farnèse au Palatin, ce collier majestueux réunit deux splendides tanzanites trouvées à New York, des rubellites et émeraudes sourcées à Jaipur, ainsi que des aigues-marines achetées par Bvlgari à Honk Kong. Les pierres, toutes taillées de façons différentes, sont serties pour créer un effet chromatique fascinant, certain d'attirer tous les regards.

-/ An ode to joie de vivre, creative audacity and absolute elegance, the "Cabochon Exuberance" necklace is an invitation to embark on a luxurious journey around the world. Designed along the charted lines of the Farnese gardens in the Palazzo, this majestic necklace combines two splendid tanzanites found in New York, rubellites and emeralds sourced in Jaipur, and aquamarines purchased by Bvlgari in Hong Kong. The stones, all cut in different ways, are set to create a fascinating chromatic effect, bound to catch every eye..

HAUTE JOAILLERIE N°5 MASTERPIECE



Pour
fêter les cent ans de
célébrité du parfum N°5, Patrice
Leguèreau, Directeur du Studio de Création
Joallerie de CHANEL, a imaginé la « Collection N°5 »,
premier et unique ensemble de Haute Joallerie consacré à
un parfum. Emblème de ce précieux ensemble, l'extraordinaire
collier 55.55 exprime tous les codes de la fragrance en les faisant
rayonner au travers d'une gemme exceptionnelle façonnée à son
image, un diamant, taille émeraude sur mesure de 55.55 carats.

-/ High Jewelry No 5 Masterpiece

To celebrate the 100th anniversary of the N°5 fragrance, Patrice Leguèreau, Director of the CHANEL Jewelry Creation Studio, has created the "N°5 Collection", the first and only High Jewelry set dedicated to a fragrance. As an emblem of this precious set, the extraordinary 55.55 necklace conveys all the codes of the fragrance by highlighting them through an exceptional gem shaped in its image, a 55.55 carat emerald cut diamond.

© CHANEL. La maison Chanel célèbre les 100 ans de son parfum n°5 avec un collier de haute joaillerie en or blanc et diamants.

70' SHADES

Photographe : Sylvie Roche et Olivier B.
Réalisation : Caroline Schwartz
Mannequin : Marie Chenal
Maquillage : Adeline Raffin
Coiffure : Fabien Giambona - Manucure : Marine, Nails & More Florissant
Remerciements à ;

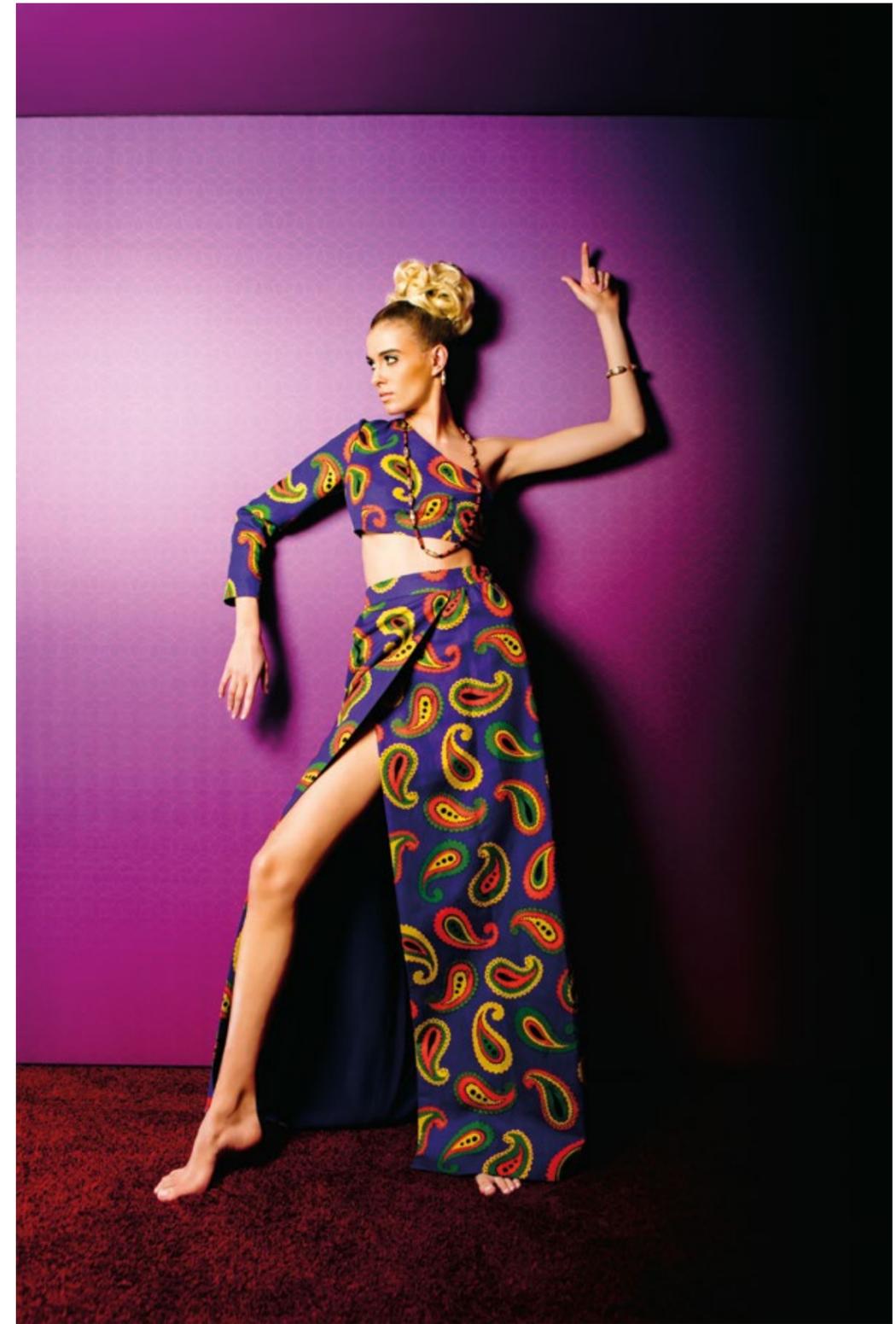
La Banque Privée **Piguet Galland & Cie SA** qui nous a ouvert son extraordinaire salle des coffres



Collier "Sunny Side of Life" or jaune, tourmalines, aigue-marines, diamants.
Bague "Mediterranean Garden" or jaune, saphirs, béryls, diamants. Dans la tresse, boucles d'oreilles "Extremely Limelight" or jaune, diamants, turquoises. Montre manchette, or jaune, diamants et opale.
Le tout **Piaget** Haute joaillerie. Robe **Emilio Pucci** sur Mytheresa.com



Boucles d'oreilles en or rose éthique, diamants, améthystes, topazes roses, jaunes, oranges et brunes. Bague en or gris éthique, un saphir rose oval de 3,90 carats, naturel et non-traité, diamants, **House of Geneva**. Sur le headband **Hermès**, un pendent d'oreille en or jaune et platine, diamants, turquoise et améthyste. Médaille antique or jaune, perles, émeraudes, saphir, opal, citrine, tourmaline, turquoise, grenat sur chaîne de perles, rubis, émeraudes. Broche transformable en or jaune, améthyste sur collier en malachite, le tout **Iskenderian Jewels**. Montre RM 07-01 automatique en or rouge avec un sertissage neige sur un bracelet gourmette en or rouge sertie. **Richard Mille**. Robe en lin et soie **Zimmermann**



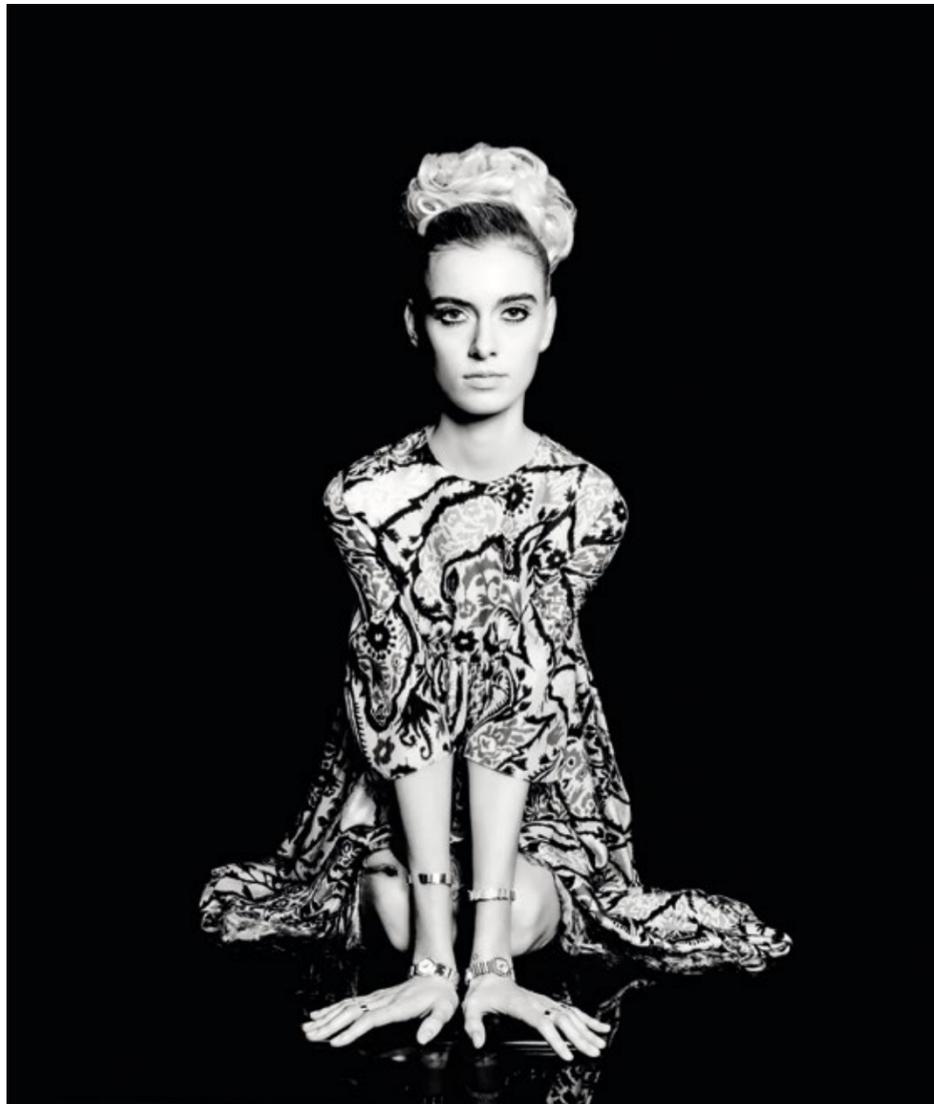
Bracelet, collier et boucles d'oreilles, or rose, corail, onyx, laque noire, diamants, Haute Joaillerie **Cartier**
Ensemble en coton et lin **Gucci**



Collier Lune, diamants, rubellites, or rose, or jaune, rubis, saphirs roses et corail. Boucle d'oreille mise en broche et bracelet Medina, diamants, saphirs roses, bois de violette et corail, **Van Cleef & Arpels**
 Robe en soie **Valentino**, mules et sac bandoulière Roman Stud en cuir **Valentino Garavani**

A droite : Bague Serpenti Viper en or rose sertie de diamants et d'une rubellite, bague Serpenti Viper en or rose sertie de diamants, bague Serpenti Seduttori en or rose sertie de saphirs, de malachite et de diamants. Collier Haute Joellerie Serpenti en or jaune et blanc serti de diamants et d'émeraudes. Montre Haute Joellerie Serpenti en or rose, 40 mm, sertie de diamants et de turquoise et montre Haute Joellerie Serpenti en or rose, 40 mm, sertie de diamants et de corail, le tout **Bulgari**
 Chemise raccourcie et foulard **Gucci**, pantalon **Toupy au Bongenie Grieder**, sandales **Hermès**, collants **Folgal**



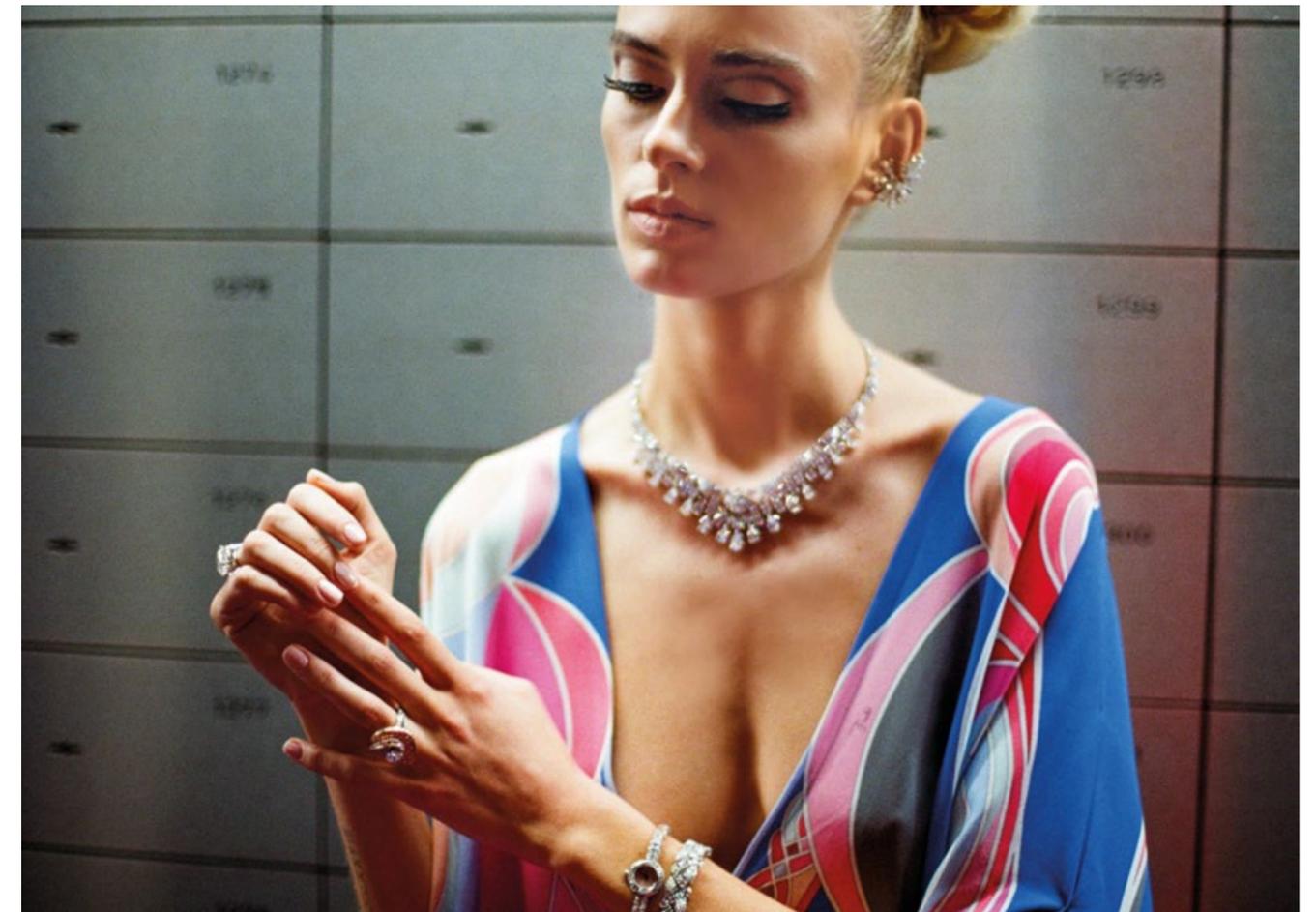


Main droite
Montre Gem Dior, boîte en or rose, lunette sertie de diamants, cadran en nacre blanche
Bracelet asymétrique en or rose sertie de diamants, mouvement quartz
Bracelet et bague Gem Dior or rose sertie de diamants
Bague Gem Dior or jaune sertie de diamants

Main gauche
Montre Gem Dior boîte en or blanc, lunette sertie de diamants, cadran et aiguilles en or blanc sertie de diamants, bracelet asymétrique en or blanc sertie de diamants, mouvement quartz
Bracelet et bague Gem Dior or blanc sertie de diamants
Bague Gem Dior or jaune, sertie de diamants, malachites, lapis lazuli et chrysoprases
Créoles Gem Dior or rose, serties de diamants le tout **Dior Joaillerie**

Robe en soie **Dior**





Bague en platine sertie d'un diamant coussin de 11 carats (12.21cts)
Bague Swirl en or rose et blanc sertie de diamants roses et blancs (9.99cts)
Collier or blanc et diamants (48.43cts)
Boucles d'oreilles Solar diamants (4.30cts)
Montre Graff Spiral diamants blancs et roses (11.54cts), le tout **Graff**
Caftan **Emilio Pucci** sur [Mytheresa.com](https://www.mytheresa.com)

UN TOURBILLON AUTOMATIQUE 100% POP



La collection féminine de Richard Mille prend de plus en plus d'essor. La preuve ici avec la toute nouvelle collection RM 71-02 Tourbillon Automatique Talisman. Pas moins de 10 trésors édités chacun en série limitée de sept exemplaires dont notre coup de cœur, le modèle Diana serti de saphirs, rubis, diamants, lapis-lazuli, turquoise et nacre blanche.

Cette collection est une véritable ode aux années 70. Cecile Guenat, directrice de la Création et du Développement, a revisité l'esprit pop de cette époque incroyable. Multiplication des pierres précieuses et ornementales, explosion de couleurs, effets trois dimensions, tout y est ! Un travail d'orfèvre illustrant l'essor de la culture des clubs dont le mythique Studio 54, la naissance de la musique électronique et du Disco, les robes en lamé, strass et paillettes... Pensé pour une tribu de femmes urbaines,

noctambules et amatrices de beaux garde-temps, le modèle Diana est animé, comme ses neuf soeurs, du calibre CRMT1. Le huitième mouvement maison mais aussi le premier calibre tourbillon automatique signé Richard Mille.

Avec ces nouvelles Talisman, le plus clivant des horlogers des temps modernes met en majesté son savoir-faire tant artistique que mécanique.



-/ Richard Mille's women's collection is getting ever more popular. As evidenced here with the brand new RM 71-02 Talisman Automatic Tourbillon collection. No less than 10 treasures, each of them produced in a limited series of seven pieces, including our favorite, the Diana model set with sapphires, rubies, diamonds, lapis lazuli, turquoise and white mother-of-pearl.

This collection is a true ode to the 70s. Cecile Guenat, Director of Creation and Development, has revisited the pop spirit of this incredible era. A variety of precious and ornamental stones, an explosion of colors, three-

dimensional effects, nothing's missing! A work of art reflecting the rise of club culture, including the mythical Studio 54, the birth of electronic music and disco, dresses in lamé, rhinestones and sequins... Designed for a tribe of urban women, night owls and lovers of fine timepieces, the Diana model is powered, like its nine sisters, by the CRMT1 caliber. The eighth in-house movement, but also the first automatic tourbillon caliber by Richard Mille.

With these new Talisman models, the most distinctive watchmaker of modern times is bringing its artistic and mechanical know-how to the fore.

Richard Mille
 + 41 22 810 85 73
 Rue du Rhône 78, 1204 Genève
www.richardmille.com

LA HAUTE JOAILLERIE À PARIS

- / THE JEWELER'S BOOT

C'est devenu une excellente habitude pour les joailliers de la place Vendôme : présenter leur collection de haute joaillerie pendant les fashion-week. De quoi profiter de l'effervescence parisienne rythmée par les défilés. C'est donc en toute logique que les joailliers se donnent rendez-vous à Paris deux fois par an, en juillet et en janvier, puisque ce sont les deux mois durant lesquels le syndicat de la couture organise ses fashion-weeks. A découvrir absolument, dix morceaux choisis parmi la session de janvier dernier, placée sous le signe de la couleur.

- / It has become an excellent habit for the jewelers from Place Vendôme: presenting their high jewelry collection during fashion week. This is a great way to take advantage of the Parisian effervescence, punctuated by the fashion shows. It is therefore logical that jewelers meet in Paris twice a year, in July and January, the two months during which the fashion union holds its fashion weeks. To discover absolutely, ten pieces chosen among last January's session, placed under the sign of the color.



Histoire de style, Art Deco est une collection qui puise son inspiration dans le patrimoine de la maison Boucheron tout en le conjuguant au présent sous le regard créatif de Claire Choisne, directrice des créations Boucheron. Les parures sont contemporaines, pures et contrastées.
Pendants d'oreilles Plastron en or blanc et platine sertis de billes d'émeraudes, d'émeraudes, de diamants et d'onix.
Boucheron

- / A tale of style, Art Deco is a collection that draws its inspiration from Boucheron's heritage while bringing it into the present under the creative eye of Claire Choisne, Boucheron's creative director. The jewels are contemporary, pure and contrasted.
Plastron earrings in white gold and platinum set with emerald beads, emeralds, diamonds and onyx.

Avec (Sur)naturel, Cartier dépasse le réel pour mieux le réinventer. Une belle idée grâce à laquelle on découvre une nature précieuse et transfigurée. En d'autres termes, l'eau, la faune et la flore entrent dans le surnaturel.
Pendants d'oreilles (Sur)naturel en or blanc sertis de rubis en cabochons, d'onix et de diamants.
Cartier

- / With (Sur)naturel, Cartier goes beyond reality to better reinvent it. A beautiful idea that reveals a precious and transfigured nature. In other words, water, fauna and flora enter the supernatural.
(Sur)naturel earrings in white gold set with cabochon rubies, onyx and diamonds.



Victoire de Castellane, directrice artistique des collections de joaillerie de la maison Dior, dévoile RoseDior. Une collection célébrant la fleur préférée de Monsieur Dior au fil de volumes étonnants, d'une réelle fluidité et d'une explosion de couleurs.
Montre à secret RoseDior en or rose et or blanc sertie d'un diamant au centre, de saphirs roses, de grenats tsavorites et de diamants. **Dior**

- / Victoire de Castellane, artistic director of Dior's jewelry collections, unveils RoseDior. A collection that celebrates Monsieur Dior's favorite flower with stunning volumes, real fluidity and an explosion of color.
RoseDior secret watch in pink and white gold set with a center diamond, pink sapphires, tsavorite garnets and diamonds.



Patrice Leguèreau, directeur du studio de création de joaillerie pour la maison Chanel, présente la collection Escale à Venise. Composée de soixante-dix pièces exceptionnelles, elle offre une lecture contemporaine de la Cité des Doges.
Bague Volute Croisière en or jaune et platine sertie d'une émeraude au centre, de diamants et de rubis. **Chanel**

- / Patrice Leguèreau, director of the jewelry design studio for Chanel, presents the Escale à Venise collection. Comprised of seventy exceptional pieces, it offers a contemporary interpretation of the City of the Doges.
Volute Croisière ring in yellow gold and platinum set with an emerald in the center, diamonds and rubies.



Avec Stellar Times, Louis Vuitton célèbre la splendeur et l'immensité de l'espace. Soleils, lunes et astres inspirent des pièces puissantes composées de gemmes aux couleurs chatoyantes.
Collier Interstellaire en or blanc serti de spinelles et de diamants.
Louis VUITTON

-/ With Stellar Times, Louis Vuitton celebrates the splendor and immensity of space. Suns, moons and stars inspire powerful pieces made up of gems in shimmering colors.
Interstellar necklace in white gold set with spinels and diamonds.



Andrea Buccellati, directeur artistique de la maison, met à l'honneur cette année des motifs en nid d'abeille et ajourés, toujours fabriqués à la main aujourd'hui, comme en 1919 lorsque la Maison a été fondée à Milan.
Bague de cocktail Passione en or blanc et or jaune serti d'une rubellite au centre et de diamants.
Buccellati

Andrea Buccellati, the House's artistic director, is featuring honeycomb and openwork designs this year, still handcrafted today as they were in 1919 when the House was founded in Milan.
Passione cocktail ring in white and yellow gold set with a rubellite in the center and diamonds.



Le joaillier parisien revient sur la formidable aventure de Julia Roberts, alias Pretty Woman. Comédie romantique culte des années 90 pour laquelle Fred avait réalisé le fameux collier serti de rubis porté par l'héroïne resplendissante dans sa robe rouge au bras de Richard Gere.
Broche Pretty Woman Glamorous en or blanc et or rose serti de diamants et de rubellites.
Fred

-/ The Parisian jeweler returns to the wonderful adventure of Julia Roberts, alias Pretty Woman. A cult romantic comedy from the 90's for which Fred made the famous ruby necklace worn by the resplendent heroine in her red dress at the arm of Richard Gere.
Pretty Woman Glamorous brooch in white and pink gold set with diamonds and rubellites.



Au travers de sa collection Wings of Light, Piaget nous invite au voyage dans une extraordinaire nature où l'on croise des oiseaux de paradis prenant leur envol sous un soleil éclatant, devant une cascade magique.
Collier Majestic Plumage en or blanc serti d'une tourmaline Paraiba au centre, de saphirs jaunes, de saphirs orange, de tourmalines bleues et de saphirs bleus. Marqueterie de plumes signée Nelly Saunier.
Piaget

-/ Through its Wings of Light collection, Piaget invites us to travel to an extraordinary nature where we meet birds of paradise taking flight under a bright sun, in front of a magical waterfall.
Majestic Plumage necklace in white gold set with a Paraiba tourmaline in the center, yellow sapphires, orange sapphires, blue tourmalines and blue sapphires. Feather inlay by Nelly Saunier.



Le fruit de la collaboration entre deux femmes de talent est toujours prometteur. Ce ne sont pas les pièces issues de la collection Messika by Kate Moss qui prouveront le contraire. La qualité des gemmes est au rendez-vous et se met au service de la créativité joaillière de Valérie Messika et de l'audace branchée de Kate Moss.
Bracelet Color Play en or jaune, serti de diamants et de Malachite.
Messika Paris

-/ The fruit of a collaboration between two talented women is always auspicious. The pieces from the Messika by Kate Moss collection will not prove otherwise.
The quality of the gems is on point and is at the service of Valérie Messika's jewelry creativity and Kate Moss' trendy audacity.
Color Play bracelet in yellow gold, set with diamonds and Malachite.



Sous les étoiles, une rêverie céleste, un joli nom de baptême pour une collection fleuve de 150 parures qui sublime le cosmos jusqu'aux confins de la voie lactée.
Bracelet Ellen en or blanc et or jaune serti d'une émeraude au centre, de saphirs bleus, de spinelles noirs et de diamants.
Van Cleef & Arpels

-/ Under the stars, a celestial reverie, a beautiful name for a collection of 150 pieces that sublimates the cosmos to the farthest reaches of the Milky Way.
Ellen bracelet in white and yellow gold set with an emerald in the center, blue sapphires, black spinels and diamonds.

Drôle de nom pour un bijou féminin. Et pourtant, il se justifie complètement lorsqu'on réalise combien il fait écho à l'incontournable masculin en s'enroulant autour du cou avant de plonger sur la poitrine. Mais cette fois, pas question de parler de soie, mais de pierres précieuses... Nous sommes dans les années 30, en pleine période Art Déco, la simplicité radicale est de mise alors que les femmes aiment à faire résonner une certaine masculinité. Le look androgyne s'impose comme une déclaration de liberté et de style. Les cheveux sont raccourcis, les franges se multiplient, certaines osent le pantalon et... le collier cravate apparaît. Un nouvel attribut féminin emprunté au style masculin, un bijou comme une cravate au tombé délicat qui s'imposera comme l'ambassadeur du style garçon. Il se décline aujourd'hui encore dans les collections de nombreux joailliers et se porte le soir, non pas avec un costume sombre et une chemise blanche, comme le feraient ces Messieurs, mais sur un décolleté vertigineux ou avec un chemisier négligemment ouvert...

LE COLLIER CRAVATE

- / THE TIE NECKLACE

- / What a curious name for a feminine piece of jewelry. And yet, it is completely justified when you realize how much it echoes the masculine must-have by wrapping itself around the neck before plunging onto the chest. Except this time, it's not about silk, but precious stones... We are in the 30s, in the middle of the Art Deco period, radical simplicity is in order, while women like to bring out a certain masculinity. The androgynous look is emerging as a statement of freedom and style. The hair shortens, bangs are all the rage, some dare the pants and ... the tie necklace shows up. A new feminine attribute borrowed from the masculine style, a jewel reminiscent of a tie with a delicate line, that will become the trademark of the "tomboy" style. Even today, it is still found in the collections of many jewelers and is worn in the evening, not with a dark suit and a white shirt, as these gentlemen would do, but on a vertiginous neckline or with a carelessly open blouse...



MONTRES PRÉCIEUSES

-/ LIKE YOU'VE NEVER SEEN BEFORE!

Apparue au XV^{ème} siècle, plébiscitée par les têtes couronnées, ultra tendance dans les années 30 grâce à sa forme rectangulaire correspondant au style Art Deco, la taille baguette est à la fois minimaliste et chic. Elle auréole d'élégance et de modernité les diamants qui offrent alors un nouvel éclat aux bijoux en général et aux montres en particulier.

-/ The baguette cut was introduced in the 15th century, became popular among the crowned heads and was ultra-trendy in the 1930s thanks to its rectangular shape in the Art Deco style. The baguette cut is both minimalist and chic, and adds a touch of elegance and modernity to diamonds, giving a new sparkle to jewelry in general and to watches in particular.



Tank MC

Une icône revisitée dans une version haute joaillerie. Boîte en or gris complètement sertie de diamants taille baguette, 34,3 mm x 44,1 mm, mouvement automatique, bracelet en alligator. **Cartier**

-/ An icon revisited in a high jewelry version. White gold case fully set with baguette-cut diamonds, 34.3 mm x 44.1 mm, automatic movement, alligator strap.

Royal Oak Double Skeleton Balance

La lunette sertie de 32 diamants taille baguette illumine le corps en or gris et l'élégance de la montre. Boîte en or gris, lunette sertie de diamants taille baguette, 41 mm de diamètre, mouvement squelette automatique, bracelet en or gris. **Audemars Piguet**

-/ The bezel set with 32 baguette-cut diamonds illuminates the white gold body and the elegance of the watch. White gold case, bezel set with baguette-cut diamonds, 41 mm diameter, automatic skeleton movement, white gold bracelet.



Reference 5271P

Deux complications, le chronographe et le quantième perpétuel, associées au cœur d'un cercle de diamants taille baguette. Boîte en platine, lunette sertie de diamants taille baguette, 41 mm de diamètre, mouvement chronographe-quantième perpétuel à remontage manuel, bracelet en alligator. **Patek Philippe**

-/ Two complications, chronograph and perpetual calendar, combined in a circle of baguette-cut diamonds. Platinum case, bezel set with baguette-cut diamonds, 41 mm diameter, hand-wound chronograph-perpetual calendar movement, alligator strap.



Montre Baguette

-/ Baguette Watch

Un ruban précieux sertie de 146 diamants pour un poids total de 23,27 carats. Boîte en or blanc complètement sertie de diamants taille baguette, 11 mm x 21 mm, mouvement à quartz, bracelet en or blanc complètement sertie de diamants taille baguette. **Graff**

-/ A precious band set with 146 diamonds for a total weight of 23.27 carats. White gold case completely set with baguette-cut diamonds, 11 mm x 21 mm, quartz movement, white gold bracelet completely set with baguette-cut diamonds.



Altiplano Tourbillon

Une lunette et des anses serties de diamants pour un cadre de choix dédié à une cage de tourbillon décentrée. Boîte en or blanc, lunette et anses serties de diamants taille baguette, 41 mm de diamètre, mouvement tourbillon extra-plat à remontage manuel, bracelet en alligator. **Piaget**

-/ Diamond-set bezel and lugs provide a stylish setting for an off-center tourbillon cage. White gold case, bezel and lugs set with baguette-cut diamonds, 41 mm diameter, extra-flat tourbillon movement with manual winding, alligator strap.

Octo Roma Tourbillon

Les diamants taille baguette offrent une luminosité exceptionnelle au mouvement squelette sertie de malachite. Boîte en platine, lunette et anses serties de diamants taille baguette, 44 mm de diamètre, mouvement tourbillon squelette à remontage manuel, bracelet en alligator. Série limitée à 30 exemplaires. **Bulgari**

-/ Baguette-cut diamonds provide exceptional luminosity to the skeleton movement set with malachite. Platinum case, bezel and lugs set with baguette-cut diamonds, 44 mm in diameter, hand-wound skeleton tourbillon movement, alligator strap. Limited series of 30 pieces.



Mademoiselle J12 Acte II

La célèbre Mademoiselle se métamorphose en un charm amusant et précieux en or et diamants. Boîte en or blanc et céramique, lunette sertie de diamants taille baguette avec un charm en or et diamants, 33 mm de diamètre, mouvement à quartz, bracelet en céramique. Série limitée à 20 exemplaires. **Chanel Horlogerie**

-/ The famous Mademoiselle is turned into a fun and precious charm in gold and diamonds. White gold and ceramic case, bezel set with baguette-cut diamonds with a gold and diamond charm, 33 mm diameter, quartz movement, ceramic bracelet. Limited series of 20 pieces.

Sweet Charm

Une rivière de diamants pour le poignet enrichie d'un charm. Boîte en or blanc complètement sertie de diamants ronds et taille baguette avec un charm en or et diamants, 31 mm de diamètre, mouvement à quartz, bracelet en or blanc complètement sertie de diamants, rond et taille baguette. **Van Cleef & Arpels**

-/ A river of diamonds for the wrist enriched with a charm. White gold case fully set with round and baguette-cut diamonds with a gold and diamond charm, 31 mm diameter, quartz movement, white gold bracelet fully set with round and baguette-cut diamonds.



ET LES DIAMANTS DANS TOUS LEURS ÉTATS !

-/ DIAMONDS IN ALL THEIR GLORY

Faubourg Polka

Boîte en or gris, lunette sertie de diamants taille brillant, 15,5 mm de diamètre, cadran sertie de diamants taille brillant, mouvement à quartz, bracelet en or gris sertie de diamants taille brillant. **Hermès.**

-/ White gold case, bezel set with brilliant-cut diamonds, 15.5 mm diameter, dial set with brilliant-cut diamonds, quartz movement, white gold bracelet set with brilliant-cut diamonds.



Egérie

Boîte en or gris, lunette et cornes serties de diamants taille brillant, 35 mm de diamètre, cadran sertie de diamants de tailles aléatoires, mouvement automatique avec date traînante, bracelet en satin. **Vacheron Constantin.**

-/ White gold case, bezel and lugs set with brilliant-cut diamonds, 35 mm diameter, dial set with random-cut diamonds, automatic movement with sliding date, satin strap.



Big Bang Integral Tourbillon Haute joaillerie

Boîte en or blanc full sertie de diamants taille baguette, 43 mm de diamètre, cadran saphir, mouvement tourbillon squelette automatique, bracelet en or blanc full sertie de diamants taille baguette. **Hublot.**

-/ Full white gold case set with baguette-cut diamonds, 43 mm diameter, sapphire dial, automatic skeleton tourbillon movement, full white gold bracelet set with baguette-cut diamonds.



Reptilis

Boîte en or gris, lunette sertie de diamants taille brillant, 12, 8 mm x 12, 8 mm, cadran en nacre, mouvement à quartz, bracelet en or gris sertie de diamants taille brillant. **Cartier.**

-/ White gold case, bezel set with brilliant-cut diamonds, 12.8 mm x 12.8 mm, mother-of-pearl dial, quartz movement, white gold bracelet set with brilliant-cut diamonds.

Royal Oak Jumbo Extra-Plate

Boîte en or blanc full sertie de diamants taille brillant, 39 mm de diamètre, cadran petite tapisserie, mouvement automatique avec date, bracelet en or blanc full sertie de diamants taille brillant. **Audemars Piguet.**

-/ Full white gold case set with brilliant-cut diamonds, 39 mm diameter, small tapestry dial, automatic movement with date, full white gold bracelet set with brilliant-cut diamonds.



Nautilus

Boîte en or jaune full sertie de diamants de tailles aléatoires, 35,2 mm de diamètre, cadran sertie de diamants taille brillant, mouvement automatique, bracelet en or jaune full sertie de diamants de tailles aléatoires. **Patek Philippe.**

-/ Full yellow gold case set with random-cut diamonds, 35.2 mm diameter, dial set with brilliant-cut diamonds, automatic movement, full yellow gold bracelet set with random-cut diamonds.

Reverso One Arum Rose

Boîte en or rose full sertie de diamants taille brillant dont le dos est décoré d'un motif en émail et laque enrichi de diamants de tailles aléatoires, 40 mm x 20 mm, cadran en nacre, mouvement à remontage manuel, bracelet en alligator. **Jaeger-LeCoultre.**

-/ Full rose gold case set with brilliant-cut diamonds, the back of which is decorated with an enamel and lacquer pattern enriched with random-cut diamonds, 40 mm x 20 mm, mother-of-pearl dial, manual winding movement, alligator strap.



Serpenti Misteriosi Cléopâtre

Manchette en or rose sertie de diamants de tailles aléatoires et ornée de 8 pierres hexagonales facettées : 2 citrines, 2 améthystes, 1 aigue-marine, 1 tourmaline chromée, 1 tanzanite et 1 péridot, cadran full sertie de diamants taille brillant dissimulé sous une rubellite, mouvement à quartz. Pièce Unique. **Bulgari.**

-/ Pink gold hand cuff set with random diamonds and adorned with 8 faceted hexagonal stones: 2 citrines, 2 amethysts, 1 aquamarine, 1 chrome tourmaline, 1 tanzanite and 1 peridot, full dial set with brilliant cut diamonds hidden under a rubellite, quartz movement. Unique piece.



J12 Electro Star

Boîte en or blanc full sertie de diamants et saphirs rainbow taille baguette, 33 mm de diamètre, cadran sertie de diamants taille baguette, mouvement à quartz, bracelet en or blanc full sertie de diamants et saphirs rainbow taille baguette. Série limitée à 12 exemplaires. **Chanel.**

-/ Full white gold case set with baguette-cut diamonds and rainbow sapphires, 33 mm diameter, dial set with baguette-cut diamonds, quartz movement, full white gold bracelet set with baguette-cut diamonds and rainbow sapphires. Limited series of 12 pieces.



Lady-Datejust

Boîte en or jaune full sertie de diamants taille brillant, 28 mm de diamètre, cadran sertie de diamants taille brillant, mouvement automatique, bracelet en or jaune full sertie de diamants taille brillant. **Rolex.**

-/ Full yellow gold case set with brilliant-cut diamonds, 28 mm diameter, dial set with brilliant-cut diamonds, automatic movement, full yellow gold bracelet set with brilliant-cut diamonds.



Limelight Gala

Boîte en or blanc full sertie de diamants taille brillant et de saphirs jaunes, 32 mm de diamètre, cadran sertie de diamants de tailles aléatoires, mouvement à quartz, bracelet en or blanc full sertie de diamants taille brillant et de saphirs jaunes. Série limitée à 8 exemplaires. **Piaget.**

-/ Full white gold case set with brilliant-cut diamonds and yellow sapphires, 32 mm diameter, dial set with random-cut diamonds, quartz movement, full white gold bracelet set with brilliant-cut diamonds and yellow sapphires. Limited editions of 8 pieces.

POSSESSION - PIAGET SUNLIGHT

LES DEUX PILIERS CRÉATIFS DE PIAGET

-/ POSSESSION - SUNLIGHT, PIAGET'S TWO CREATIVE PILLARS

Piaget fait partie des rares grands noms du luxe à exceller aussi bien en horlogerie qu'en joaillerie. Dans le sérail, on nomme ces maisons des joailliers-horlogers. Auteur de mouvements parmi les plus plats de la planète horlogère, Piaget signe aussi des collections joaillières exceptionnelles. Morceaux choisis avec deux piliers créatifs, Possession et Sunlight.

-/ Piaget is one of the few great names in luxury to excel in both watchmaking and jewelry. In the seraglio, these houses are known as jeweler-horlogers. Piaget is the creator of some of the flattest movements on the watchmaking planet, and also creates exceptional jewelry collections. Here are some selected pieces from two creative pillars, Possession and Sunlight.



Double bracelet Possession en or rose, malachite et diamants.



Pendentif coulissant Possession en or rose, cornaline et diamants.



Pendentif porte-bonheur Possession en or rose, malachite et diamants.

Possession s'impose comme un concept, celui du bijou en mouvement. Lancée en 1990, la première création Possession est une bague, mais pas n'importe laquelle, elle tourne ! Oui, une bague tournante, à la fois belle et ludique, unique, qui sera rapidement hissée au rang d'icône. Au point de voir la collection Possession s'étoffer naturellement au fil de bracelets, de colliers, de boucles d'oreilles. Autant de bijoux inédits avec comme ADN commun un mouvement tournant et de l'or.

Chaque bijou Possession captive, éveille le sens du toucher, offre à celle qui le porte un terrain de jeu. Une véritable complicité se crée inévitablement entre le bijou et sa propriétaire, on parle même de porte-bonheur...

C'est en 2017 que les pierres ornementales colorées arrivent sur

la scène Possession. Connues également sous le nom de pierres dures, aux côtés des diamants blancs, elles offrent des teintes lumineuses : le vert veiné de la malachite, le rouge passion de la cornaline, le bleu synonyme d'infinité de la turquoise...

Une explosion de couleurs mise en majesté aujourd'hui au sein de nouvelles déclinaisons.

Au programme, des pendentifs coulissants ou porte-bonheur personnalisables avec une gravure spéciale, une date, des initiales... Un double bracelet et des boucles d'oreilles comme de simples clous ou un modèle transformable à porter de différentes façons.

Uniquement avec les billes en or et diamants ou avec des billes en or et des pierres ornementales suspendues au bout de chaînes, ou encore de manière asymétrique.



Olivia Palermo



Shiva Safai



Boucles d'oreilles Possession transformables en or rose, turquoise et diamants.

Possession is a concept of jewelry in motion. Launched in 1990, the first Possession creation is a ring, but not just any ring, it spins! Yes, a rotating ring, both beautiful and playful, unique, which will quickly become an icon. To the point of seeing the Possession collection naturally expand with bracelets, necklaces and earrings.

So many original jewels with a common DNA consisting of a rotating movement and gold.

Each Possession jewel captivates, awakens the sense of touch and offers the wearer a playground. A true complicity is inescapably formed between the jewel and its owner, one even speaks of a good luck charm...

In 2017, colored ornamental stones arrived onto the Possession

landscape. Also known as hard stones, alongside white diamonds, they offer luminous hues: the veined green of malachite, the passion red of carnelian, the blue synonymous with infinity of turquoise...

An explosion of colors that is today majestically displayed in new variations.

On the menu, sliding pendants or lucky charms that can be customized with a special engraving, a date, initials... A double bracelet and earrings as simple studs or a transformable model to be worn in different ways.

Only with gold beads and diamonds or with gold beads and ornamental stones hanging from the end of chains, or asymmetrically.



Pendentif Piaget Sunlight
en or rose et diamants.

Bagues Piaget Sunlight en or blanc, jaune ou rose, serties de diamants et saphirs de couleurs.



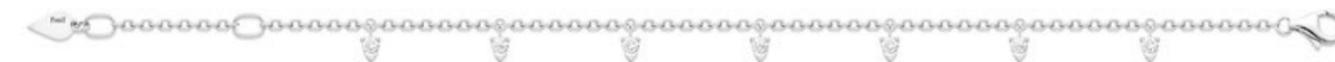
Bague Piaget Sunlight en or rose gravé *Décor Palace* et diamants.



Bracelet chaîne Piaget Sunlight
en or blanc et diamants.

Collier chaîne Piaget Sunlight en or rose, diamants et saphirs.

Boucles d'oreilles Piaget Sunlight
transformable en or blanc et diamants.



Sunlight est une collection solaire, un hommage au soleil sans qui la vie ne serait pas. Créateur de lumières variées, magnifiques, comme celle du matin qui réchauffe le réveil, ou celle du soir, lorsque l'astre se couche et inonde le ciel de teintes extraordinaires, il est une source d'inspiration inépuisable pour Piaget.

Chaque bijou Sunlight, à travers un motif radiant non sans rappeler les rayons du soleil, des pierres précieuses et de l'or, symbolise ainsi la vie, la lumière, la joie avec optimisme.

Une collection à l'énergie positive qui rythme de façon précieuse tous les moments de la journée. Effets de matières à travers la gravure de l'or à la manière d'un orfèvre, des camaïeux de pierres de couleurs serties de façon aléatoires, des diamants étincelants sur fond d'or jaune symbolisent la course du soleil de l'aube au crépuscule.

Piaget réinterprète alors l'énergie positive du lever du soleil, l'explosion lumineuse du soleil à son zénith, la chaleur du coucher du

soleil au fil d'une collection aboutie riche de pendentifs à porter sur une peau bronzée, des bagues toutes en rondeurs, de boucles d'oreilles géométriques dont des pendentifs à porter de différentes manières, longues, courtes ou asymétriques, sans oublier de délicats colliers-chaînes.

Le mouvement, la couleur, les diamants, l'or : un savant cocktail pour Possession et Sunlight, deux collections intemporelles dédiée à la liberté d'expression et à la joie de vivre.

Piaget Sunlight is a solar collection, a tribute to the sun without which life would not be. The sun is an inexhaustible source of inspiration for Piaget, providing a variety of magnificent lights, such as the morning light that warms up the awakening, or the evening light, when the star sets and floods the sky with extraordinary hues.

Each Piaget Sunlight jewel, through a radiant motif reminiscent of the sun's rays, precious stones and gold, symbolizes life, light and

joy with optimism. A collection with positive energy that rhythms every moment of the day in a precious way.

Visual effects through the engraving of gold in the manner of a goldsmith, cameos of colored stones set in a random fashion, sparkling diamonds on a yellow gold background symbolizing the course of the sun from dawn to dusk.

Piaget reinterprets the positive energy of

sunrise, the luminous explosion of the sun at its zenith, and the warmth of sunset in an accomplished collection, rich with pendants to wear on tanned skin, round rings, geometric earrings, including pendants to be worn in different ways, long, short or asymmetrical, not forgetting delicate chain necklaces.

Movement, color, diamonds, gold: a clever cocktail for Possession and Piaget Sunlight, two timeless collections dedicated to freedom of expression and joie de vivre.

L'AVENTURE DE LA PERLE

- / THE PEARL'S ADVENTURE

Jusqu'à la fin du XIX^{ème} siècle, les perles n'étaient que miracles de la nature. Aussi convoitées que les diamants, elles ne s'offraient qu'aux plongeurs en apnée qui avaient le secret permettant de trouver des huîtres perlières. Une aventure qui toucha à sa fin lorsqu'au Japon, on inventa la technique de la culture de la perle...

- / Until the end of the 19th century, pearls were merely miracles of nature. As coveted as diamonds, they were only available to snorkelers who had the secret to finding pearl oysters. An adventure that came to an end when the technique of pearl farming was invented in Japan...

Nous sommes en 1893, les huîtres perlières, jusqu'alors ramassées sans restriction, se raréfient à l'extrême, au point de se demander si l'histoire de la perle naturelle touche à sa fin... Fort heureusement, le Japonais Kokichi Mikimoto invente une technique révolutionnaire de culture de la perle. De quoi répondre à une demande mondiale en constante augmentation, tant la perle séduit les plus grands joailliers de la planète. Ainsi, le 11 juillet 1893, Kokichi Mikimoto devient la première personne au monde à réussir à cultiver une perle. Et ce, grâce à une découverte toute simple, celle de la capacité d'une huître de recouvrir de nacre n'importe quel corps étranger présent dans sa coquille. Dès lors, plus besoin de partir à la recherche d'un rare mollusque renfermant en son sein une perle créée naturellement. Il est désormais possible de les cultiver en introduisant

dans des huîtres un corps étranger afin de les stimuler à la création de perles. La révolution a lieu, le monde joaillier passe de la perle naturelle à la perle de culture ! Kokichi Mikimoto dépose son brevet en 1896 et ouvre sa première ferme perlière en 1914 à Okinawa au Japon. Aujourd'hui, les perles de culture ont acquis leurs lettres de noblesse et sont utilisées par les plus grands noms de la haute joaillerie alors que la perle naturelle est devenu un Graal. Chaque Maison en dispose de quelques unes, qu'elles réservent à leurs grands clients. L'aventure du diamant ressemblera certainement à celle de la perle. Si aujourd'hui, les diamants de synthèse, cultivés en laboratoire, ne rassemblent pas tous les suffrages, ils seront peut-être d'ici quelques décennies considérés comme des pierres précieuses à part entière. L'avenir nous le dira...

- / In 1893, pearl oysters, which had been collected without restriction until then, were becoming extremely rare, to the point that natural pearls were coming to an end... Fortunately, the Japanese Kokichi Mikimoto invented a revolutionary pearl farming technique. He was able to meet the ever-increasing worldwide demand for pearls, which appealed to the world's greatest jewelers. On July 11, 1893, Kokichi Mikimoto became the first one in the world to successfully cultivate a pearl. And this, thanks to a very simple discovery, that of the oyster's capacity to cover any foreign body present in its shell with nacre. From then on, there was no need to go looking for a rare mollusk containing a naturally created pearl. It became possible to cultivate them by introducing a foreign body

into oysters in order to stimulate them to create pearls. The revolution took place, the jewellery world moved from natural to cultured pearls! Kokichi Mikimoto filed his patent in 1896 and opened his first pearl farm in 1914 in Okinawa, Japan. Today, cultured pearls have earned their pedigree and are used by the greatest names in fine jewelry, while the natural pearl has become a Holy Grail. Each House has a few of them, which they reserve for their major clients.

The story of diamonds will certainly be similar to that of the pearl. If today, synthetic diamonds, cultivated in laboratories, are disregarded by some, they will perhaps be considered in a few decades as full-fledged precious stones. Only time will tell...



Sautoir " Pompon " en or blanc et jaune serti de diamants, d'une perle Baroque gold des mers du Sud, de perles gold et blanches de culture des mers du Sud et de perles Keshi gold et blanches des mers du Sud. Adler.

- / Long necklace " Pompon " in white and yellow gold set with diamonds and one golden South Seas baroque pearl, golden and white South Seas cultured pearls and golden and white South Seas Keshi pearls. Adler.

LE LANGAGE DE LA COULEUR

- / THE LANGUAGE OF COLOR

House of Geneva, jeune maison de haute joaillerie fondée en 2017, présente deux pièces exceptionnelles issues de sa collection Horloge Fleurie. Deux trésors de savoir-faire rendant hommage à un des symboles historiques de la ville.

- / House of Geneva, a young high jewelry house founded in 2017, presents two exceptional pieces from its Horloge Fleurie collection. Two treasures of craftsmanship paying homage to one of the city's historic symbols.



Bague Numéro 10 en or gris éthique sertie de diamants naturels et d'un saphir rose ovale de 3.90 carats.
Number 10 ring in ethical white gold set with natural diamonds and a 3.90 carat oval pink sapphire.

House of Geneva n'a de cesse de rendre hommage à sa ville. Il suffit de se fier au nom des différentes collections de la maison, Vieille Ville, Jet d'Eau et Horloge Fleurie.

Horloge Fleurie comme une ode à la couleur sur fond de gaieté, exactement ce que l'on ressent lorsque l'on s'attarde devant cette pendule végétale près du lac.

Créée par des négociants suisses en gemmes depuis quatre générations, chaque pierre choisie est exceptionnelle. Mise en majesté par des artisans locaux, elle profite de la vision 100% responsable de House of Geneva. L'or utilisé est éthique, provenant

de mineurs indépendants qui ne font pas appel au mercure dans leur processus d'extraction. A cette qualité de pierre exceptionnelle et à l'éco-responsabilité s'ajoute la créativité.

Si le style est pur et classique, les dessins sont délicats et inattendus. Morceaux choisis avec cette paire de boucles d'oreilles éclatantes avec ses nuances de jaunes, roses, bruns et orange, imitant le parterre de fleurs de la célèbre horloge.

Ou encore cette bague dont la pierre de centre et sa couronne ne sont pas sans rappeler le bourgeon d'un des magnolias du Jardin Anglais, l'écrin de l'horloge fleurie.

Deux bijoux inédits à découvrir absolument...



Boucles d'oreille Numéro 7 en or rose éthique serties de topazes mêlées et de deux améthystes respectivement de 14.67 et 14.59 carats.
- / Number 7 earrings in ethical pink gold set with mixed topazes and two amethysts of 14.67 and 14.59 carats respectively.

- / House of Geneva never ceases to pay tribute to its city. Just look at the names of the different collections of the house, Vieille Ville, Jet d'Eau and Horloge Fleurie.

Horloge Fleurie is an ode to color against a cheerful backdrop, which is exactly what one feels when standing in front of this plant-based clock by the lake.

Created by Swiss gem dealers for four generations, each stone chosen is exceptional. Beautifully crafted by local artisans, it benefits from House of Geneva's 100% responsible vision. The gold used is ethically sourced from independent miners who do not use mercury

in their extraction process. This exceptional stone quality and eco-responsibility are complemented by creativity. If the style is pure and classic, the designs are delicate and unexpected.

Here are some choice pieces: a pair of bright earrings with shades of yellow, pink, brown and orange, imitating the flowerbed of the famous clock.

Or this ring whose center stone and crown are reminiscent of the bud of one of the magnolias in the English Garden, the setting for the Horloge Fleurie.

Two original jewels to discover absolutely...

LA VIE EN BLEU

-/ LIFE IN BLUE

Placé au firmament des pierres précieuses avec le diamant, le rubis et l'émeraude, le saphir bleu fascine depuis toujours grâce à ses nombreuses nuances...

-/ Along with diamonds, rubies and emeralds, blue sapphires have always fascinated people thanks to their many shades...

Saphir, en grec ancien «sappheiros», signifie pierre bleue. Ce qui justifie le nom de cette sublime gemme dont la variété la plus connue est celle de couleur bleue. Une teinte qui n'est pas sans rappeler le bleu du ciel ou la transparence de l'azur, offrant d'innombrables nuances, des plus claires aux plus foncées, tirant parfois vers le gris ou le violet...

On trouve le saphir bleu principalement en Birmanie, au Sri Lanka (anciennement Ceylan), à Madagascar mais aussi en Inde, notamment au Cachemire, en Chine, au Brésil, en Thaïlande et dans certains pays africains. Les spécimens les plus réputés viennent du Cachemire et du Sri Lanka, ils offrent un bleu éclatant absolument unique dont la teinte tire très légèrement vers le violet ; on dit d'eux qu'ils ont beaucoup de vie.

En amour, le saphir symbolise la pureté des sentiments, une union apaisée ainsi que la fidélité. Des fiancés ou des époux peuvent offrir un saphir comme gage d'amour et d'engagement unique et éternel. Ce qui explique pourquoi la haute joaillerie fait la part belle aux bagues avec comme pierre de centre un saphir.

Une belle symbolique à laquelle s'ajoute différentes vertus tant sur le plan physique que spirituel. Le saphir bleu renforcerait la vue, lutterait contre la fièvre et arrêterait les saignements de nez si on l'applique contre le front. Il aurait également une action bénéfique sur les cheveux, la peau et les ongles...

On comprend maintenant pourquoi le saphir bleu est irrésistible...



Bague Mistra en or blanc sertie de saphirs et de diamants avec au centre un saphir sri lankais taille ovale de 7 carats.
Adler

-/ Mistra ring in white gold set with sapphires and diamonds with a 7 carat oval cut Sri Lankan sapphire in the center.



Bague Lion Secret en or blanc et platine sertie de diamants avec au centre un saphir taille coussin de 31 carats.
Chanel joaillerie

-/ Lion Secret ring in white gold and platinum set with diamonds and a 31-carat cushion-cut sapphire in the center.



Bague Drops of Water en platine sertie de diamants avec au centre un saphir sri lankais taille coussin de 12 carats.
Gübelin Jewellery

-/ Drops of Water ring in platinum set with diamonds and a 12-carat cushion-cut Sri Lankan sapphire in the center.

Bague Kissing en or blanc et or rose sertie de diamants avec au centre un saphir birman taille ovale de 5 carats entouré de 4 saphirs taille poire eux-mêmes sertis dans une pierre de lune.
Boghossian



-/ Kissing ring in white gold and rose gold set with diamonds with a central 5-carat oval-cut Burmese sapphire surrounded by 4 pear-cut sapphires set in a moonstone. cushion-cut Sri Lankan sapphire in the center.



Bracelet en or blanc serti de saphirs et de diamants avec au centre un saphir sri lankais taille cabochon de 99 carats.
Graff

-/ White gold bracelet set with sapphires and diamonds with a 99-carat cabochon-cut Sri Lankan sapphire in the center.

-/ Sapphire, in ancient Greek "sappheiros", means blue stone. This justifies the name of this sublime gem whose most famous variety is blue. A hue that is reminiscent of the blue of the sky or the transparency of the azure, offering countless shades, from the lightest to the darkest, sometimes tending towards gray or purple...

Blue sapphire is found mainly in Burma, Sri Lanka (formerly Ceylon), Madagascar but also in India, especially in Kashmir, China, Brazil, Thailand and some African countries.

The most famous specimens come from Kashmir and Sri Lanka, they offer an absolutely unique brilliant blue whose hue is very slightly purple; they are said to be full of life. In love, sapphire symbolizes purity of feeling, a peaceful union and fidelity. Engaged couples or spouses can offer a sapphire as a token of love and a unique and eternal commitment. This explains why the high jewelry industry is very keen on rings with a sapphire as the center stone.

A beautiful symbolism to which are added various virtues both physically and spiritually. The blue sapphire would strengthen the sight, would fight against the fever and would stop the nosebleeds if one applies it against the face. It would also have a beneficial action on the hair, the skin and the nails...

Now we understand why the blue sapphire is irresistible...



Bague Grand Jeté, anneau en or rose sertie de diamants bruns avec au centre un saphir taille coussin de 4 carats.
Hermès

-/ Grand Jeté ring, rose gold ring set with brown diamonds with a 4-carat cushion-cut sapphire in the center.

artegemma, UN STYLE À PART

-/ artegemma, a distinctive style

Un coeur tout en rondeurs blotti dans un décolleté, des trèfles d'un vert éclatant enserrant doucement un poignet, une bague aux courbes sensuelles s'enroulant autour d'un doigt...

-/ A curvaceous heart nestled in a neckline, bright green clovers gently encircling a wrist, a ring with sensual curves wrapped around a finger...



artegemma
+41 79 200 13 36
artegemma@bluewin.ch
www.artegemma.ch

Créatrice passionnée et fondatrice de la marque genevoise de joaillerie artegemma, Gabriela Maier imagine des pièces contemporaines et colorées. Avant-gardiste, elle s'intéresse aux bijoux vintage bien avant la mode, dénichant des pièces d'exception. Elle commence aussi à transformer des bijoux anciens, leur apportant une touche moderne tout en respectant leur identité. Une pierre précieuse entraînant une autre et une autre encore, Gabriela développe peu à peu ses propres créations, jouant avec les styles - notamment l'Art déco -, les couleurs et les différentes tailles, ne s'interdisant rien et osant tout. « J'aime l'insolite harmonieux et esthétique », dit-elle

Collection emblématique d'artegemma, Signature-line, dont la forme évoque celle d'un sablier, se décline en bagues, pendentifs, sautoirs et boucles d'oreilles en or blanc ou rose serti, par exemple, de saphirs roses, bleus ou oranges, de tanzanites ou de diamants noirs ou blancs. La créatrice réinterprète aussi le coeur et le trèfle dans ses collections Heart et Lucky aux lignes douces, mais affirmées. Là encore se tisse un dialogue joyeux et contemporain entre pierres précieuses et fines.

Fascinée par les savoir-faire traditionnels, Gabriela fait produire ses bijoux entièrement à la main par des artisans genevois. Il s'agit de pièces uniques ou de petites séries disponibles sur le site de la marque.

-/ A passionate designer and founder of the Geneva-based jewelry brand artegemma, Gabriela Maier imagines contemporary and colorful pieces. As an avant-gardist, she was interested in vintage jewelry long before it became fashionable, unearthing exceptional pieces. She also began to transform old jewelry, giving it a modern touch while respecting its identity. One gemstone leading to another and yet another, Gabriela gradually developed her own creations, playing with styles - especially Art Deco -, colors and different sizes, not forbidding herself anything and daring everything. "I love the harmonious and aesthetic oddities," she says.

artegemma's signature collection, Signature-line, whose shape evokes that of an hourglass, is available in rings, pendants, necklaces and earrings in white or pink gold set with, for example, pink, blue or orange sapphires, tanzanites or black or white diamonds.

The designer also reinterprets the heart and the clover in her Heart and Lucky collections, with their soft yet assertive lines. Here again, a joyful and contemporary dialogue is woven between precious and fine stones.

LUCKY MOVE COLOR

Un talisman colorblock

-/ A COLORBLOCK TALISMAN

Pour la première fois de son histoire, la maison Messika fait une exception à l'usage exclusif du diamant dans ses collections. Lucky Move, déclinaison du Move iconique et inspiré des médailles porte-bonheur, se pare de pierres de couleur.

-/ For the first time in its history, Messika is breaking with the exclusive use of diamonds in its collections. Lucky Move, a variation on the iconic Move inspired by lucky medals, is adorned with colored stones.



MALACHITE
#BeAuthentic

Aussi fascinante que symbolique, la malachite ne cesse d'inspirer la créatrice Valérie Messika. Ici traitée en mini médaille à porter autour cou, au poignet ou au doigt, son vert profond et ses mille stries dégradées révèlent toute la grâce et la stature de celle qui la porte.

Colliers (de haut en bas) : Collier Lucky Move Color malachite petit modèle, collier Lucky Eye, collier Lucky Move pavé moyen modèle.

Bagues (de gauche à droite) : Bracelet de main Lucky Move, alliance Gatsby, bague Glam'Azone, bague Move Romane pavée, bague Lucky Move Color malachite petit modèle.

Bracelet Lucky Move Color malachite petit modèle.

Ce talisman à géométrie variable se déploie désormais dans une palette de neuf nuances pour mettre à l'honneur des pierres fines et organiques: de l'onyx au lapis-lazuli, en passant par la malachite, la nacre rose, blanche ou grise, la turquoise, la cornaline. Ou encore l'essence de bois ziricote subtilement marbrée.

-/ This variable-geometry talisman is now available in a palette of nine shades, featuring fine, organic stones: onyx, lapis lazuli, malachite, pink, white or gray mother-of-pearl, turquoise and carnelian. Or even subtly marbled ziricote wood essence.

Cette audace s'apparente à un défi créatif pour Valérie Messika, fille de diamantaire, qui a toujours tenu à rester fidèle à sa gemme de prédilection. « J'ai substitué à l'aplat d'or une pierre ornementale, mais qui n'est pas facettée comme un diamant. Soigneusement sélectionnées, ces neuf pierres singulières renvoient à un mantra. Une devise qui traduit un état d'esprit à adopter selon son humeur ou sa personnalité. »

This boldness is like a creative challenge for Valérie Messika, daughter of a diamond dealer, who has always made a point of remaining faithful to her favorite gem. "I replaced a flat gold surface with an ornamental stone that is not faceted like a diamond. These nine carefully selected stones refer to a mantra. A motto that conveys a state of mind to be adopted according to one's mood or personality."

Son choix s'est porté sur des pierres brutes, parfois marbrées ou aux irrégularités assumées. « Pour imaginer cette collection, je me suis plongée dans l'histoire des pierres de couleur et j'ai trouvé fascinant d'accepter chacune de leurs spécificités » confie la directrice artistique de la Maison qui a choisi de sortir, une nouvelle fois, de sa zone de confort.

Her choice fell on rough stones, sometimes marbled or with asserted irregularities. "To imagine this collection, I immersed myself in the history of colored stones and I found it fascinating to accept each of their specificities," confides the artistic director of the House, who has chosen to leave her comfort zone once again.

Chevalières

Réservées aux membres de la noblesse, revenues sur le devant de la scène dans les années 70, les chevalières se font désormais multiples, masculines, féminines, rock ou précieuses.

-/ Exclusive to members of the nobility, signet rings came back to the forefront in the 70's, and are now multiple, masculine, feminine, rock or precious.



Louis Vuitton

B Blossom en or jaune, or blanc et diamants.
-/ B Blossom in yellow gold, white gold and diamonds.



La Monnaie de Paris

Déesse Tanit en laiton doré.
-/ Goddess Tanit in gilded brass.

Dear Charlotte Paris.



Séviigné en vermeil.
-/ Seviigné in vermeil.



Place Vendôme

V en or jaune.
-/ V in yellow gold

Stone Paris



Céleste en or jaune et diamants.
-/ Céleste in yellow gold and diamonds.



Bulgari

Monete en or rose, nacre et diamants avec au centre une pièce de monnaie antique.
-/ Monete in pink gold, mother-of-pearl and diamonds with an antique coin in the center.



Bottega Veneta

Chunky en argent martelé.
-/ Chunky in hammered silver.

Lassaussois Joaillier

Chevalière en argent vieilli.
-/ Aged silver signet ring.



Gourmettes

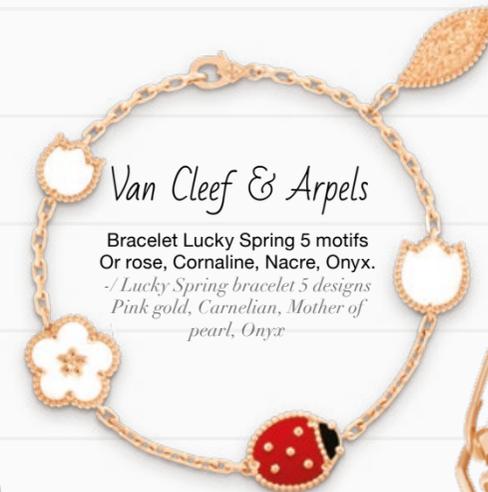
A une époque, la gourmette était masculine, à gros maillons, avec une plaque sur laquelle il était d'usage de graver son prénom. Les choses ont bien changé, les gourmettes du moment sont ultra féminines et ultra mode.

-/ Once upon a time, chain bracelets were masculine, with large links and a plate on which it was customary to engrave one's first name. Things have definitely changed, the modern-day chain bracelets are ultra feminine and ultra fashionable.



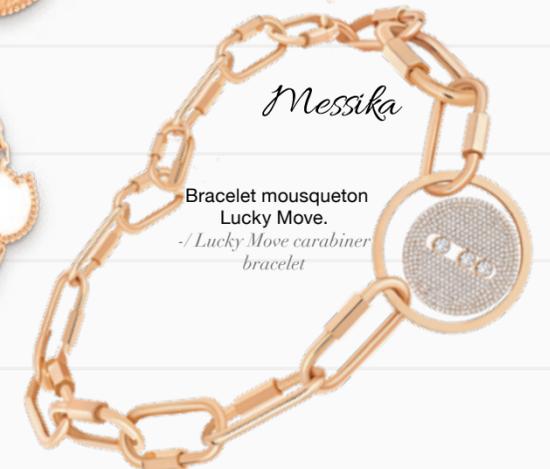
Fred

Multiple Force 10 en or jaune.
-/ Multiple Force 10 in yellow gold.



Van Cleef & Arpels

Bracelet Lucky Spring 5 motifs Or rose, Cornaline, Nacre, Onyx.
-/ Lucky Spring bracelet 5 designs Pink gold, Carnelian, Mother of pearl, Onyx



Messika

Bracelet mousqueton Lucky Move.
-/ Lucky Move carabiner bracelet



Buccellati

Hawaii en or jaune, or blanc et or rose gravés.
-/ Hawaii in yellow gold, white gold and rose gold.



Louis Vuitton

LV Volt en or jaune.
-/ LV Volt in yellow gold.



Pomellatto

Iconica en or rose.
-/ Iconica in pink gold.



Hermès

Chaîne d'Ancre grand modèle en argent.
-/ Anchor chain in silver.



Bottega Veneta

Chaîne en argent vieilli.
-/ Aged silver chain.



Dinh Van

Menottes en or jaune.
-/ Handcuffs in yellow gold.

Médailles

Trop souvent simplement offertes aux enfants, notamment à l'occasion de leur baptême, les médailles s'imposent aujourd'hui comme de nouveaux indispensables mignons, à porter en toutes circonstances... et pourquoi pas en accumulation.

-/ Too often only offered to children, such as for their christening, medals have become new and cute essentials, to be worn in all circumstances... and why not, in accumulation.



- 1. Macri Classica en or jaune et or blanc gravés, sertie d'un diamant. **Buccellati.**
-/ Macri Classica in engraved yellow and white gold, set with a diamond.
- 2. Save The Children en argent et onyx, sertie d'un rubis. **Bulgari.**
-/ Save The Children in silver and onyx, set with a ruby.
- 3. Madone Suprême en or rose, turquoise et diamants. **Gigi Clozeau.**
-/ Madonna Supreme in pink gold, turquoise and diamonds.
- 4. Majorelle en vermeil, chaîne en corail. **Dear Charlotte Paris.**
-/ Majorelle in vermeil, coral chain.
- 5. Rose des Vents en or jaune et nacre, sertie d'un diamant. **Dior Joaillerie.**
-/ Rose des Vents in yellow gold and mother-of-pearl, set with a diamond.
- 6. Color Blossom en or rose et nacre blanche, sertie d'un diamant. **Louis Vuitton.**
-/ Color Blossom in pink gold and white mother-of-pearl, set with a diamond.
- 7. Jade en or jaune, or blanc et diamants. **Stone Paris.**
-/ Jade in yellow gold, white gold and diamonds.
- 8. Colliers sautoirs Lucky Move en or rose et diamants. **Messika.**
-/ Lucky Move necklaces in pink gold and diamonds.
- 9. Rain en or rose et fibre de titane sertie de diamants. **Boghossian.**
-/ Rain in pink gold and titanium fiber set with diamonds.

COTE MAGAZINE WHAT'S UP

SPÉCIAL COACHING - CLINIQUE DES GRANGETTES - LAMBORGHINI SE REFAIT UNE BEAUTÉ - VOITURE À L'ÈRE ÉCOLO - BOATS - RAFAEL BESSA



Winning, Paul Newman, 1969. "Virages" ou "Winning", demeure un film méconnu par rapport au "Mans" (1971) avec Steve McQueen, mais s'avère un drame magistralement interprété et réalisé de main de maître.

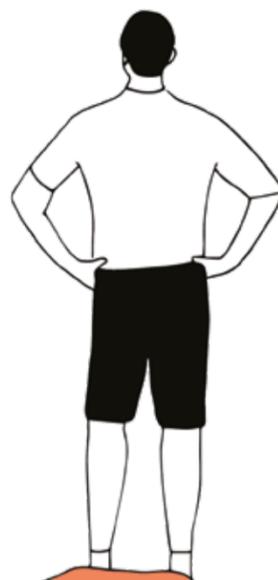
SPECIAL COACHING : UN CAHIER DE DESSEINS © POUR Y ÉCRIRE VOTRE AVENTURE INTÉRIEURE.

EPISODE 2



Le courage est une denrée hautement périssable, un mélange instable. Ingrat, volatil. La dose nécessaire est parfois démesurée par rapport au résultat obtenu, ou de la durée de l'extase ressentie. Comme le shoot du junkie, dont l'effet diminue un peu à chaque fois... Jusqu'à l'overdose... Le seuil de mon entreprise à peine franchi, j'avais déjà perdu la magie, la grâce ressenties dans le cabinet d'Elise.

Peut-être que le secret du courage réside dans son dosage précis : trouver le juste point d'équilibre entre découragement et grisement. En dessous, je jette l'éponge. Au-delà, je soulève des montagnes. Perdu dans mes pensées, je me demandais si la vie n'était finalement pas qu'une simple succession d'ascensions, permettant de se découvrir de nouvelles ressources à chaque nouveau sommet atteint? Une pensée furtive me traversa: trouver très vite une dose de courage suffisante pour admirer la beauté du point de vue, au-dessus de la canopée de mon quotidien.



Elise m'accueillit avec une chaleur qui semblait irradier toute la pièce. Elle m'invita à parler de ce que je ressentais au travail. Je me lançais : « Si la souffrance au travail n'était pas si largement surestimée, on lui accorderait moins de valeur. Comme si souffrir ou souligner ses efforts au travail était gage d'efficacité ! Celui qui produit sans effort, voire qui prend du plaisir, est toujours suspect ! »

C'était clairement à moi-même que je m'adressais : Guidé clandestinement par ce besoin futile de prouver mon utilité par la démonstration constante de mes efforts et de mon implication, je m'étais épuisé jour après jour. Au final, tout ce qui en résultait, c'était une baisse exponentielle de ma motivation. C'est à ce moment-là qu'Elise me demanda de parler de « mon arbre ». Elle prit un ton apaisant. « Très souvent, les personnes qui viennent me voir souhaitent retrouver de la cohérence dans leur vie. Découvrir ou plutôt redécouvrir du sens dans votre vie peut vous redonner l'un des pouvoirs les plus convoités : celui de décider. De décider ce qui est bon pour vous. C'est comme si vous retrouviez la faculté de faire tout ce qui peut vous rendre heureux sans nuire aux autres. »

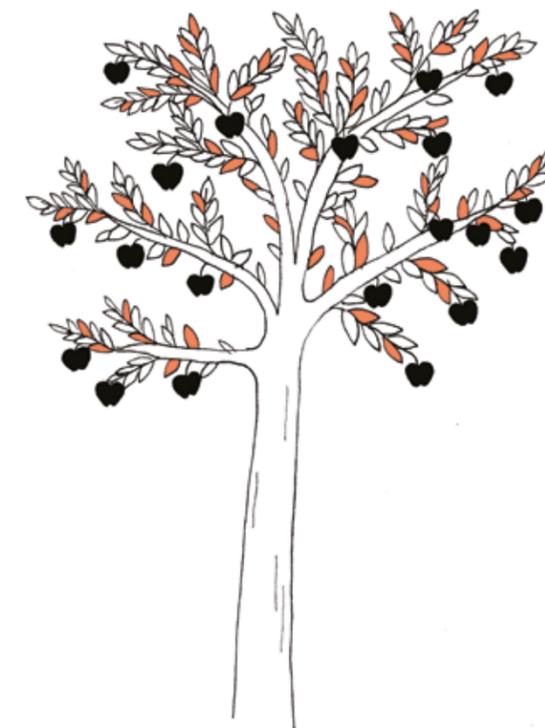
Les mots d'Elise résonnaient en moi comme la définition de la liberté.

Une liberté qui m'était si chère et que pourtant je négligeais depuis tant d'années. Ces mots ravivèrent une colère sourde en moi : un sentiment de lâcheté. J'avais délaissé ma liberté au profit d'une recherche stérile de reconnaissance et de puissance. La rage fit place à la honte. Mon impression du début de séance se confirmait : je me trompais de sommet. Le paysage qui s'offrait à moi me décevait à chaque fois. D'ailleurs, cette vue ne s'offrait jamais à moi. Elle me coûtait toujours bien plus qu'elle ne m'apportait de reconnaissance. Je creusais mon solde débiteur à chaque ascension. Était-ce pour ça que j'avais le sentiment que mes forces m'abandonnaient à chaque nouveau défi relevé ? « Mark, poursuivit Élise. J'aimerais que vous considériez à présent chacune de vos réponses comme une option possible qui permettra de générer une nouvelle version de ce qui vous attend. De ce que vous allez vivre. Êtes-vous en accord avec cela ? » C'était sa manière de me demander de lui accorder une nouvelle fois ma confiance. De la suivre un instant sur un nouveau chemin, sur lequel j'étais le seul à pouvoir décider de m'engager. J'ouvris les bras en signe d'acquiescement. « Mark, vous m'avez dit que vous aimez vous balader en forêt. Que cela vous procure de l'apaisement.



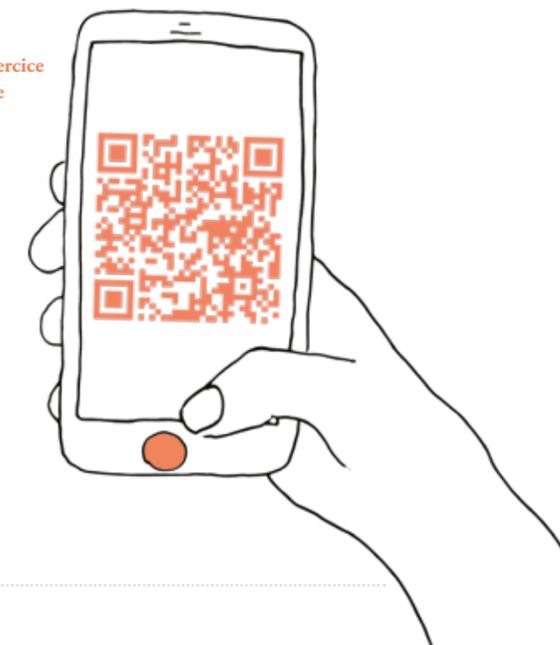
Cette grande feuille blanche, menaçante, me fit d'abord penser au vide sidéral qui ressemblait tant à ma vie en ce moment. J'étais terrifié à l'idée de devoir combler cet espace vierge avec des morceaux de vérité. Elle me sortit de ma torpeur avec ces mots : « Pour qu'un arbre affronte les tempêtes et reste debout il a besoin de racines. C'est ce que je vous propose de dessiner en premier Mark. »

Des tempêtes, j'en avais déjà affrontées. C'est certain. C'est d'ailleurs pour cela qu'en regardant « mon œuvre » après avoir frénétiquement esquissé ce qui s'apparentait à des racines, je me dis que ça ressemblait plutôt à un câble d'amarrage sacrément emmêlé ! « A votre avis, que me faudrait-il savoir de votre histoire professionnelle qui m'aiderait à vous accompagner? poursuivit Elise. Laissez venir les mots, vos mots. Placez-les où vous voulez sur vos racines. Certains vous éclaireront plus que d'autres. Ils ont tous leur place. » Et comme si elle venait de faire sauter un verrou avec une charge de C4, je me surpris à écrire des mots presque au hasard, je les laissais choisir à ma place. Je m'accordais enfin le droit de me tromper, de tâtonner, de laisser mon instinct me guider. Ce petit saut dans le vide, c'était mon premier sentiment de liberté depuis si longtemps. Je me sentais comme un patient frappé d'agueusie qui retrouve peu à peu le goût des choses.



Je vous propose de vous aider à dessiner votre arbre de vie. Ce sera une nouvelle expérience pour vous. Une autre manière de vous présenter à vous-même. Etes-vous prêt ? » Je m'entendis alors dire : « Mais je ne sais pas très bien dessiner. » Encore cette peur du jugement! Cette angoisse de ne pas être à la hauteur de ce qu'«on» attend de moi. Ce «on» qui plane sur ma vie, qui n'a pas de nom, pas de visage, mais qui dicte toutes mes pensées, tous mes actes. Ce «on» qui n'est qu'une création de mon esprit, le reflet de mes propres peurs et croyances, une limite que je me crois interdit ou incapable de franchir. C'est comme un auto-conditionnement qui me pousse à élever le niveau d'exigence, à rechercher la perfection, quoiqu'il en coûte ! Je l'ai pensé si fort qu'elle a dû l'entendre. Elle ajouta immédiatement. « Ce n'est pas un concours de dessin, Mark, mais juste une manière d'honorer les mots. Vos mots. De leur porter une attention particulière le temps de notre conversation et peut être même longtemps après. Voici votre matériel. »

Lien vers l'exercice de l'arbre de vie



CLINIQUE DES GRANGETTES, AU CŒUR DE LA CARDIOLOGIE DE POINTE

-/ CLINIQUE DES GRANGETTES, AT THE HEART OF ADVANCED CARDIOLOGY.

EN FÉVRIER DERNIER, HIRSLANDEN CLINIQUE DES GRANGETTES ANNONÇAIT L'OUVERTURE DE DEUX NOUVELLES SALLES DE CATHÉTÉRISME CARDIAQUE ET VASCULAIRE SUR SON SITE À GENÈVE.

-/ LAST FEBRUARY, HIRSLANDEN CLINIQUE DES GRANGETTES UNVEILED TWO NEW CARDIAC AND VASCULAR CATHETERIZATION ROOMS ON ITS SITE IN GENEVA.

Hirslanden Clinique des Grangettes
Chemin des Grangettes 7, 1224 Chêne-Bougeries
+41 22 305 01 11
www.hirslanden.ch

PHOTOS © LORIS VON SIEBENTHAL



NOUVELLE SALLE DE CATHÉTÉRISME CARDIAQUE



DR BONVINI PENDANT UNE INTERVENTION AUX CORONAIRES

Derrière ce terme peu commun se cache une formidable avancée médicale, notamment pour les patients atteints de pathologies cardiovasculaires. Pour en parler, nous avons rencontré le Docteur Robert Bonvini, spécialiste en cardiologie et angiologie au sein de Hirslanden Clinique des Grangettes.

Cote Magazine : Docteur Bonvini, avant toute chose, pouvez-vous nous expliquer ce qu'est une intervention par cathétérisme ?

Dr Bonvini : Il s'agit d'une pratique d'accès percutané (via les vaisseaux sanguins) pour visualiser et traiter différents organes. Pour les interventions cardiaques, par exemple, on pique l'artère du poignet et on fait remonter le cathéter jusqu'au cœur, où l'on injecte un produit de contraste qui permettra d'obtenir des images très pointues, et donc d'établir un diagnostic le plus précis possible. Le cardiologue pourra ensuite procéder aux interventions de dilatation des vaisseaux rétrécis. Contrairement à d'autres pratiques (par exemple la coloscopie), la caméra reste à l'extérieur ; le patient sent la ponction –effectuée sous anesthésie locale– mais rien d'autre, car les vaisseaux ne sont pas innervés.

-/ Behind this unusual term lies a tremendous medical advance, particularly for patients with cardiovascular pathologies. To talk about it, we met with Dr. Robert Bonvini, specialist in cardiology and angiology at Hirslanden Clinique des Grangettes.

Cote Magazine: Doctor Bonvini, first of all, can you explain to us what a catheterization procedure is?

Dr. Bonvini: It is a practice involving percutaneous access (via the blood vessels) to visualize and treat different organs. For cardiac procedures, for example, the artery in the wrist is punctured and the catheter is brought up to the heart, where a contrast agent is injected to obtain very precise images, and thus to establish the most accurate diagnosis possible. The cardiologist can then perform dilation procedures on the narrowed vessels. Contrary to other practices (for example colonoscopy), the camera remains outside; the patient feels the puncture –carried out under local anesthesia– but nothing else, because the vessels are not innervated.



DR METZGER ET DR SENOUF PENDANT UNE INTERVENTION SUR LES VOIES ÉLECTRIQUES DU CŒUR

Cote Magazine : Il y a donc désormais deux salles de cathétérisme à la Clinique des Grangettes ?

Dr Bonvini : La première a ouvert en 1999. Au vue de l'augmentation et de la diversification croissante, l'ajout d'une deuxième salle a commencé à être discuté dès 2012, soit avant mon arrivée aux Grangettes en 2014. Plusieurs variantes ont été envisagées, et il aura fallu pas moins de 7 ans et 3 projets différents pour arriver à la solution finalement retenue, qui a notamment pour avantage de placer les deux salles de cathétérisme à proximité du service des urgences et des soins intensifs.

Cote Magazine : Et qu'est-ce que cela apporte à la prise en charge et l'expérience des patients et des médecins ?

Dr Bonvini : Parallèlement à cette deuxième salle, nous avons relocalisé la première, afin de pouvoir les abriter toutes deux à proximité, pour un espace de travail optimisé. La deuxième salle permet en outre des interventions sur d'autres organes, par exemple les artères des jambes, qu'il faut parfois déboucher pour éviter une nécrose et l'amputation qui pourrait suivre. Comme indiqué précédemment, nous avons également notre unité de soins intensifs et un service de radiologie interventionnelle sur le même site depuis fin 2020.

Cette connexion géographique, le fait d'être à quelques mètres des urgences et des soins intensifs en cas de besoin, nous permet désormais de prendre en charge des cas plus lourds dans des délais très rapides. L'énorme avantage pour nous, médecins, est de pouvoir assurer le suivi des patients de bout en bout, ce qui était auparavant difficile faute de plateau technique aussi complet que celui dont nous disposons aujourd'hui. Cette synergie nouvelle m'est donc précieuse, et il en va de même pour mes confrères et collègues!

Des propos que nous confirme le **Dr Yvan Gasche**, responsable du service de médecine intensive de la Clinique des Grangettes : « Les locaux des soins intensifs, également flambant neufs, ont accueilli leurs premiers patients en novembre 2020. Le service de médecine intensive est localisé au-dessus des salles de cathétérisme. Les patients ont ainsi un accès direct par les ascenseurs aussi bien aux salles de cathétérisme qu'aux soins intensifs, ce qui raccourcit et facilite grandement leur transfert d'un secteur à l'autre. »

Cote Magazine: So, there are now two catheterization rooms at the Clinique des Grangettes?

Dr. Bonvini: The first one opened in 1999. In light of the increase and the growing diversification, the addition of a second room began to be discussed as early as 2012, which was before I arrived at Les Grangettes in 2014. Several variants were considered, and it took no less than 7 years and 3 different projects to reach the finally chosen solution, which has the particular advantage of placing the two catheterization rooms close to the emergency department and intensive care.

Cote Magazine: And what does this bring to the care and experience of patients... and physicians?

Dr. Bonvini: In conjunction with this second room, we relocated the first room so that we could house both rooms in close proximity for an optimized work space. The second room also allows for interventions on other organs, such as leg arteries, which sometimes need to be unclogged to avoid necrosis and subsequent amputation. As previously mentioned, we also have our intensive care unit and an interventional radiology department on the same site since late 2020.

This geographic connection, being within a few meters of the emergency room and intensive care unit if needed, now allows us to take on heavier cases in a very timely manner.

The major benefit for us doctors is that we can follow up on patients from start to finish, which was previously difficult because of the lack of a technical platform as complete as the one we have today. This new synergy is therefore invaluable to me, and to my colleagues as well!

Dr. Yvan Gasche, head of the intensive care unit at Clinique des Grangettes, concurs: "The intensive care unit, which is also brand new, welcomed its first patients in November 2020. The intensive care service is located above the catheterization rooms. This gives patients direct access via elevators to both the catheterization rooms and the intensive care unit, making their transfer from one area to the other much short and easier."

LAMBORGHINI GENÈVE SE REFAIT UNE BEAUTÉ...

LAMBORGHINI GENÈVE RÉNOVE ET MODERNISE SON SHOWROOM POUR
(ENCORE) MIEUX VOUS ACCUEILLIR

-/ LAMBORGHINI GENÈVE IS RENOVATING AND MODERNIZING ITS
SHOWROOM TO WELCOME YOU EVEN BETTER

Lamborghini Genève
Route de Saint-Julien 184 - 1228 Plan-les-Ouates
Tél. + 41 22 721 04 30
www.lamborhigineneve.ch



Être au service d'une marque qui évolue et innove sans cesse est l'une des grandes fiertés de Lamborghini Genève, qui s'avère une constante force de proposition pour rendre l'expérience client toujours plus agréable et unique.

S'ils se réjouissent de vous accueillir à nouveau dès la réouverture de leurs portes, tous les membres de l'équipe restent à votre disposition pendant la durée des travaux, afin de vous conseiller et vous faire découvrir les nouveautés, dans le respect des mesures sanitaires. L'atelier continuera quant à lui à assurer l'entretien de vos véhicules.

-/ Being at the service of a brand that is constantly evolving and innovating is one of the great prides of Lamborghini Genève, which is constantly coming up with new ideas to make the customer experience even more pleasant and unique.

While they look forward to welcoming you back as soon as their doors reopen, all the members of the team will remain at your disposal during the renovation work, in order to advise you and help you discover the new products, in compliance with health measures. The workshop will carry on providing maintenance for your vehicles.

MONTREUX CHAILLY

Majestueuse Propriété de Charme Vue Lac et Montagnes

Prix
6'500'000.-



Située dans un quartier résidentiel et très calme de Montreux, cette exceptionnelle propriété de charme saura vous séduire par ses très larges volumes, son agréable terrain de 7860m2, arborés d'essences séculaires et profitant de plusieurs vues panoramiques lac et montagnes avoisinantes.

D'une surface habitable d'environ 450m2, répartis sur trois niveaux (trois appartements potentiels), cette magnifique bâtisse d'une construction massive d'époque et datant de 1900, totalement rénovée en 1998 puis partiellement en 2008, offre de multiples possibilités d'habitations (groupée, familiale ou unique).

Surface	Terrain	Chambres	Salles d'eau	Garage
600 m ²	7'900 m ²	8	6	3

VIEILLE VILLE

Appartement atypique avec terrasse

Prix
4'100'000.-



Situé entre le quartier des Bastions et au pied de la Place de Bourg de Four (Veille Ville), cet appartement atypique a su garder tout le charme (hauts plafonds, moulures, cheminées...) et le prestige des immeubles nobles de la vieille ville.

L'immeuble en excellent état, a profité d'une rénovation totale il y a quelques années. La cuisine, pièce centrale de l'appartement s'ouvre sur une salle à manger et un prestigieux salon avec cheminée d'époque. Une grande chambre, sa salle de bains en suite, ainsi qu'un bureau se trouvent sur le même niveau. En demi-niveau (trois marches) et au calme absolu, nous trouverons une magnifique chambre, sa salle de bains, son dressing en bois précieux, ainsi que l'accès à une inattendue terrasse agencée de 30m2.

Surface	Chambres	Salles d'eau	Terrasse
185 m ²	2	2	30 m ²

Gaechner Immobilier
Place du Bourg de Four 25, 1204 Genève
Contact: christian@gaechner.com - +41 78 811 69 93

www.gaechnerimmobilier.ch

LA VOITURE À L'ÈRE ÉCOLO

MOINS DE BRUIT, MOINS DE POLLUTION, ET MOINS DE COÛTS : LA PROMESSE DE L'ÉLECTRIQUE SÉDUIT DE PLUS EN PLUS DE CONSOMMATEURS. EN SUISSE, 48% DES ACHETEURS PLANIFIENT D'ACQUÉRIR UNE VOITURE ÉLECTRIQUE DANS LES TROIS PROCHAINES ANNÉES.

-/ LESS NOISE, LESS POLLUTION, AND LESS COST: THE PROMISE OF ELECTRIC CARS IS ATTRACTING AN INCREASING NUMBER OF CONSUMERS. IN SWITZERLAND, 48% OF CAR BUYERS PLAN TO ACQUIRE AN ELECTRIC CAR IN THE NEXT THREE YEARS.



Tesla Model 3

Alors même que le pays n'a pas encore présenté de plan précis pour l'élimination progressive des voitures à combustion comme ses voisins Français, Allemands et Autrichiens, les subventions et bonus fiscaux se multiplient dans plusieurs cantons, dont Genève. De son côté, la ville de Lausanne a présenté le mois passé son plan climatique avec l'objectif d'éradiquer les voitures à combustion d'ici 2030. Une occasion de se tourner vers l'univers en essor des voitures électriques.

L'électrique au secours de l'industrie automobile Malgré un marché automobile secoué par le COVID-19 (20% de ventes globale en moins), le parc de voitures électriques a doublé en Europe l'année dernière. Tesla a dominé l'actualité avec des annonces rocambolesques comme son investissement de \$1.5 milliard dans le bitcoin mais également avec de vraies annonces : avec les modèles 3, S, X ou Y, allant de 500 à plus de 600 kilomètres, les voitures Tesla demeurent les électriques de luxe qui jouissent de la meilleure autonomie. De plus, outre ses 12 points de vente en Suisse (presqu'autant

qu'en France), le fabricant innove en matière de vente en ligne – une approche alléchante en temps de pandémie. Mais pour le meneur du bal électrique, la compétition est de plus en plus rude. Avec 150 sorties de modèles hybrides et à batteries prévues en 2021, le marché de la voiture électrique se développe également dans l'univers du luxe.

L'électrique, une bénédiction pour Porsche Dans le cadre de sa Mission E annoncée en 2015,

Porsche compte «électrifier» la majorité de ses ventes d'ici 2030.

La Taycan électrique a déjà connu un franc succès, représentant les meilleures ventes de la maison en novembre passé, mais avec la Taycan Cross Turismo dont la sortie est prévue ce mois-ci, Porsche veut rendre la voiture électrique encore plus versatile. Cette dernière sera adaptée aux routes urbaines autant qu'à celles de campagnes, avec un mode de conduite spécialement prévue pour les routes de gravier. Mais

ce n'est pas tout : le mois passé, la maison allemande a annoncé un investissement de \$42 millions dans l'essence synthétique pour ses modèles à combustion. Adaptée à tous les modèles Porsche, y compris la classique 911, l'e-essence permettra aux véhicules de réduire considérablement leur émission carbone tout en préservant leurs performances. D'après la marque, cette innovation pourrait même réduire à zéro les émissions des modèles classiques.

Nouveaux modèles et restructurations chez BMW, Mercedes et Fiat

Le mois passé, Mercedes a été le premier producteur de véhicules de luxe allemands à faire une prédiction quant à ses revenus sur l'électrique : ils seront équivalents à ceux des modèles classiques d'ici 2030. Pour atteindre cet objectif et optimiser son potentiel électrique, le constructeur a récemment séparé sa ligne de production poids lourds de celle des voitures de tourisme – sa plus grande restructuration depuis sa séparation de Chrysler – et compte mettre en vente en 2021 quatre nouveaux modèles à batterie équivalents aux E-Class et S-Class. Pour une version entièrement électrique des C-class récemment



Porsche Taycan Cross Turismo

dévoilées au public, il faudra en revanche attendre 2024. Son compétiteur BMW a quant à lui annoncé le mois passé que sa production de voitures électriques allait doubler dans sa plus grande usine européenne, et sera menée par la BMW iX dont la fabrication débute cet été pour une vente d'ici fin 2021.

Entièrement électrique, la iX bénéficie d'une production durable et sera dotée de la 5G ainsi que de deux moteurs.

Chez Fiat, la 500E est sur le devant de la scène. Avec un intérieur en tissu fait à partir de déchets marins recyclés, la Prima électrique surprend surtout par le bruit de son moteur : celui de la Dolce Vita. En effet, pour prévenir les piétons, la voiture se démarque des autres compétiteurs électriques et entonne la mélodie composée par Nina Rota pour Amarcord de Fellini. Au sein du groupe Stellantis, issu de la fusion Fiat Chrysler et Groupe PSA signée en janvier 2021, 10 nouveaux modèles rejoindront cette année les 29 voitures électriques d'ores et déjà disponibles.

Neutralité carbone et course à l'électrique

Chez les autres constructeurs, les annonces se multiplient également. Volkswagen, qui est en compétition directe avec Tesla, a pour objectif de doubler ses ventes de voitures électriques en 2021. Le fabricant veut par ailleurs être neutre en carbone d'ici 2050, comme Ford, alors que GM et Volvo espèrent l'être d'ici 2040.

De son côté, Jaguar a pour objectif d'être la marque de luxe électrique phare d'ici 2025

avec sa stratégie 'Reimagine' dévoilée en février, et six Land Rover prévues dans les cinq prochaines années. Le marché de l'automobile électrique se répand désormais même au-delà du cercle des constructeurs traditionnels, puisque d'après certaines rumeurs, Apple et Huawei s'y lanceront prochainement.



Porsche Taycan électrique

-/ Even though the country has not yet presented a precise plan for the gradual elimination of combustion cars like its French, German and Austrian neighbors, subsidies and tax bonuses are on the rise in several cantons, including Geneva. As for the city of Lausanne, it unveiled its climate plan last month with the objective of eradicating combustion cars by 2030. Let's have a look at the growing world of electric cars.

Electricity to the rescue of the automotive industry

Despite a car market shaken by the COVID-19 (-20% in terms of global sales), the number of electric cars doubled in Europe last year. Tesla dominated the news with rocky announcements such as its \$1.5 billion investment in bitcoin, but also with real announcements: with its models 3, S, X or Y, ranging from 500 to more than 600 kilometers, Tesla cars remain the luxury electric cars with the best driving autonomy. Moreover, in addition to its 12 points of sale in Switzerland (almost as many as in France), the manufacturer is innovating in terms of online sales - an attractive approach in times of pandemic. But for the leader of the electric ball, the competition is getting tougher. With 150 hybrid and battery-powered model releases expected in 2021, the electric car market is also expanding into the luxury world.



Mercedes EQS électrique (2021)

Electric cars, a blessing for Porsche
As part of its Mission E announced in 2015,

Porsche plans to "electrify" the majority of its sales by 2030.

The electric Taycan has already been a hit, representing the company's best-selling car last November, but with the Taycan Cross Turismo due out this month, Porsche wants to make the electric car even more versatile. It will be suitable for both urban and rural roads, with a special driving mode for gravel roads. But that's not all: last month, the German company announced a \$42 million investment in synthetic fuel for its combustion models. Adapted to all Porsche models, including the classic 911, e-gasoline will allow the vehicles to significantly reduce their carbon emissions while maintaining their performance. According to the company, this innovation could even reduce the emissions of conventional models to zero.

New models and restructuring at BMW, Mercedes and Fiat

Last month, Mercedes became the first German luxury car manufacturer to make a prediction about its electric revenues: they will match those of conventional models by 2030. To achieve that goal and maximize its electric potential, the automaker recently separated its heavy-duty truck production line from its passenger car line - its biggest restructuring since splitting from Chrysler - and plans to release four new battery-powered models equivalent to the E-Class and S-Class in 2021. A fully electric version of the recently unveiled C-Class, however, will have to wait until 2024.

Its competitor BMW, meanwhile, announced last month that its electric car production will double at its largest European plant, and will be led by the BMW iX, which begins production this summer, for sale by late 2021.

Fully electric, the iX benefits from sustainable production and will feature 5G as well as two engines.

Over at Fiat, the 500E is taking center stage. With a fabric interior made from recycled marine waste, the electric Prima surprises especially with the sound of its engine: the Dolce Vita. Indeed, to warn pedestrians, the car stands out from the other electric competitors and intones the melody composed by Nina Rota for Fellini's Amarcord. Within the Stellantis Group, which was formed by the merger of Fiat Chrysler and PSA Group in January 2021, 10 new models will join the 29 electric cars already available this year.

Carbon neutrality and the race towards electric cars

Other manufacturers are also making announcements. Volkswagen, which is in direct competition with Tesla, aims to double its sales of electric cars by 2021. The



Fiat 500E



BMW iX



JLR Reimagined: Jaguar & Land Rover

manufacturer also wants to be carbon neutral by 2050, like Ford, while GM and Volvo hope to be carbon neutral by 2040.

Meanwhile, Jaguar aims to be the flagship electric luxury brand by 2025

with its 'Reimagine' strategy unveiled in February, and six Land Rovers planned in the next five years. The electric car market is now spreading even beyond the circle of traditional automakers, with rumors that Apple and Huawei will soon enter the market.

Etiquette-énergie 2021

A
B
C
D
E
F
G

Welcome back
Future

<p>JUSQU'À 460 KM EN CYCLE URBAIN</p>	<p>MODE SHERPA</p>	<p>CHARGE RAPIDE</p>	<p>easyWallbox</p>	<p>NOUVEAU SYSTÈME D'INFO-DIVERTISSEMENT 10,25"</p>	
<p>Jusqu'à 320 km en cycle mixte</p>	<p>Vous aide à rejoindre votre destination</p>	<p>Une journée de conduite en seulement 5 minutes (50km)</p>	<p>Pour un chargement simple à domicile</p>	<p>La prolongation naturelle de votre smartphone</p>	

FAITES L'EXPÉRIENCE DE LA NOUVELLE 500 ENTIÈREMENT ÉLECTRIQUE DÈS MAINTENANT CHEZ VOTRE CONCESSIONNAIRE FIAT.

Exemple de calcul sans engagement de FCA Capital Suisse SA, Schlieren: Fiat 500 «La Prima» Cabrio 87kW (118ch), 320km cycle mixte (WLTP), consommation d'énergie (liée à la conduite): 13,3l/100km, émissions de CO₂ (liées à la conduite): 0g/km, émissions de CO₂ (liées à la fourniture de carburant et/ou d'électricité): 17g/km, catégorie d'efficacité énergétique A, prix d'achat au comptant CHF 39990.- Tous les montants TVA incluse. Prix de vente conseillés. Sous réserve de modifications de prix. Sauf erreur, omission et sous réserve d'approbation de la part de FCA Capital Suisse SA. Valable à partir d'octobre 2020 jusqu'à révocation.

72.8 KILOMETRES DE PLAISIR

-/ 44.7 MILES OF PLEASURE

SUR UN VOILIER, OU SUR UN BATEAU À MOTEUR, LE LAC DE GENÈVE EST UN GRAND ESPACE DE LIBERTÉ, DE PLUS DE 70 KM DE LONG, DONT ON PEUT PROFITER AU MOINS DURANT SIX MOIS DE L'ANNÉE, SELON LES ACTIVITÉS AUXQUELLES ON S'ADONNE, QU'ELLES SOIENT SPORTIVES, FESTIVES, RÉCRÉATIVES, CONTEMPLATIVES, FAMILIALES, CULTURELLES, AMOUREUSES, OU GASTRONOMIQUES ... UN PARADIS LACUSTRE ... AUQUEL GENEVABOATS VOUS INVITE ... DE GENÈVE JUSQU'À MONTREUX, EN PROPOSANT, À LA VENTE, OU À LA LOCATION, AVEC OU SANS PILOTE/ SKIPPER, UN GRAND CHOIX DES PLUS BELLES MARQUES DE BATEAUX ET YACHTS, DU PLUS PETIT AU PLUS GRAND.

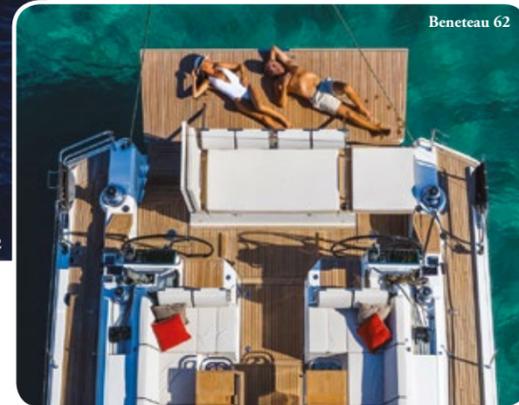
-/ ON A SAILBOAT, OR A MOTORBOAT, LAKE GENEVA IS A VAST SPACE OF LIBERTY, MORE THAN 44 MILES LONG, WHICH ONE CAN BENEFIT OF DURING AT LEAST SIX MONTHS A YEAR, DEPENDING ON THE TYPE OF ACTIVITY CHOSEN, DEDICATED TO EITHER WATERSPORTS, FESTIVITIES, RECREATIONS, CONTEMPLATION, FAMILY, CULTURE, ROMANCE, OR GASTRONOMY ... A LAKE PARADISE ... TO WHICH ... GENEVABOATS ... INVITES YOU FROM GENEVA UP TO MONTREUX, BY PROPOSING A LARGE CHOICE OF SOME OF THE MOST BEAUTIFUL BOAT AND YACHT BRANDS, FOR SALE, OR TO BE RENTED, WITH OR WITHOUT PILOT/ SKIPPER, FROM THE SMALLEST TO THE BIGGEST.

Coup d'œil sur quelques propositions pour 2021 et 2022.
-/ A glance at some proposals for 2021 and 2022.



Beneteau 62

GENEVABOATS
Immeuble Beau-Regard
29 quai du Mont-Blanc
+41 79 7750412
info@genevaboats.com
www.genevaboats.com



Beneteau 62

BENETEAU, le grand chantier naval français, spécialisé dans les voiliers haut-de-gamme, vient d'élargir sa gamme, avec deux bateaux de 17 et 19 mètres, appelés **OCEANIS YACHT**, dont nous montrons ici le plus grand, le 62pieds, que nous livrerons bientôt à Genève pour un de nos clients.

-/ **BENETEAU**, the big french shipyard, specialized in high-grade sailing boats, has just widened its range, with two boats of 17 and 19 meters, named **OCEANIS YACHT**, out of which we show here the largest one, the 62feet, soon to be delivered in Geneva to one of our clients.

ET PLUS
-/ AND MORE

PLACES D'AMARRAGE | BERTHS & MOORINGS | SERVICES MARINA | MARINA SERVICES | TRANSPORT
| ASSURANCES | INSURANCE | HIVERNAGE | WINTERAGE | ENTRETIEN | MAINTENANCE | PILOTES |
SKIPPERS | LOCATIONS | RENTALS | PRIVATE CHARTER PRIVE | PECHE | FISHING

GENEVABOATS | ZURICHBOATS | BALTAZARCHARTERS



GrandSoleil 52

GRAND SOLEIL YACHTS, une autre marque leader dans la construction de voiliers en Europe, du fameux Chantier Naval italien Cantiere del Pardo, proposent eux aussi de superbes bateaux pour les lacs suisses, comme le **GS34**, ou le **GS58**, issus de leur gamme Performance Line.

-/ **GRAND SOLEIL YACHTS**, another European brand leader in sailing boats construction, from the famous Italian shipyard Cantiere del Pardo, also proposes wonderful boats for the Swiss lakes, like the **GS34**, or the **GS58**, from their Performance Line range.

Quant aux bateaux à moteur, en 2020, ce sont les marques **COBALT BOATS** américains, et les **PARDO YACHTS** italiens, qui ont connu la préférence de nos clients. Pour de prochaines commandes concernant des bateaux à construire, **GENEVABOATS** propose notamment les modèles suivants.

-/ As for motorboats, in 2020, it's the American brand **COBALT BOATS**, and the Italian brand **PARDO YACHTS**, which our clients have preferred. For future orders regarding boats to be built, **GENEVABOATS** proposes the following models.

COBALT R8, le nouveau de la gamme, mesurant 8.48 x 2.59m, et **COBALT R7**, le favori, mesurant 8.38 x 2.59m, tous deux parfaits pour pratiquer la croisière, la pêche, et tous les sports nautiques tractés, ainsi que le grand **COBALT R30**, mesurant 9.35 x 2.90m, véritable salon sur l'eau.

-/ **COBALT R8**, the new model, measuring 8.48 x 2.59m, and **COBALT R7**, the best-seller, measuring 8.38 x 2.59m, both perfect for cruising, fishing, and all the towed watersports, as well as the large **COBALT R30**, measuring 9.35 x 2.90m, truthfully a sitting-room on the water.



Cobalt R7



Pardo 43

PARDO 38 / 43 / 50, le nec plus ultra des **day-boats et overnight-boats**, beaux et raffinés, sont parfaits pour se plonger à deux ou plus dans les plaisirs lacustres, avec des plans de pont très conviviaux, et qui offrent beaucoup de sécurité aux enfants.

-/ **PARDO 38 / 43 / 50**, the ultimate **day-boats and overnight-boats**, beautiful and refined, are perfect for a duetto or more plunge into lake pleasures, with ultra sociable deck space, very secure for children.

RAFAEL BESSA SIGNATURE PRIVATE TRAVEL, L'AGENCE DE VOYAGES PRIVÉE HAUTE COUTURE

-/ RAFAEL BESSA SIGNATURE PRIVATE TRAVEL, THE HAUTE COUTURE PRIVATE TRAVEL AGENCY

PASSIONNÉ DE VOYAGES, DE GASTRONOMIE ET DE NOUVELLES EXPÉRIENCES, RAFAEL BESSA EST UN GLOBE-TROTTER À LA FOIS DISCRET ET FUN. EN 2017, IL LANCE SON AGENCE DE VOYAGES PRIVÉS- RAFAEL BESSA SIGNATURE - , OÙ IL LAISSE LIBRE COURS À SON GOÛT DU RAFFINEMENT ET DE L'EXCELLENCE.

-/ PASSIONATE ABOUT TRAVEL, GASTRONOMY AND LIVING NEW EXPERIENCES, RAFAEL BESSA IS A GLOBE-TROTTER WHO IS BOTH DISCREET AND FUN. IN 2017, HE LAUNCHED HIS PRIVATE TRAVEL AGENCY - RAFAEL BESSA SIGNATURE - , WHERE HE GIVES FREE REIN TO HIS TASTE FOR REFINEMENT AND EXCELLENCE.

rafaelbessasignature.com
@rafaelbessatravel



Après avoir grandi à Belo Horizonte au Brésil, il a étudié en pensionnat privé à Londres et Genève, où il a pu se constituer un noyau de contacts qui deviendront ses clients par la suite.

Que ce soit à la City de Londres, dans son quartier du Royal Borough of Chelsea & South Kensington, ou encore aux Eaux-Vives à Genève, ses clients sont unanimes : "Je voyage toujours avec Rafael Bessa Signature, son équipe est impeccable en tous points. Avant le voyage, il vous font parvenir un joli petit cadeau en guise de bienvenue. Au cours du voyage, son équipe et lui-même assistent constamment leurs clients de bout en bout, toujours avec un mot gentil et des petites attentions délicates. Je recommande vivement son agence de voyages privés !" nous raconte un banquier britannique et suisse - client depuis 2019.

-/ After growing up in Belo Horizonte, Brazil, he studied at private boarding schools in London and Geneva, where he built up a core group of contacts who would later become his clients.

Whether in the City of London, in his neighborhood of the Royal Borough of Chelsea & South Kensington, or in Eaux-Vives in Geneva, his clients are unanimous: "I always travel with Rafael Bessa Signature, his team is impeccable in every way. Before the trip, they send a nice little gift as a welcome. During the journey, he and his team constantly assist their clients from start to finish, always with a kind word and thoughtful attentions. I highly recommend his private travel agency!" says a British/Swiss banker - a client since 2019.



Aujourd'hui encore, Rafael Bessa voyage en famille, avec ses amis ou pour son travail, cherchant incessamment de nouvelles façons de voir le monde et de nouveaux hotspots à partager.

Au crédit de son équipe, plus de 40 ans d'expérience dans la création et l'organisation de voyages pour celles et ceux en quête d'une perspective unique sur le monde, tout en offrant toujours le meilleur.

Avec un réseau dans l'industrie du voyage hors du commun, son agence déploie toute son expertise en vue de satisfaire, voire de devancer les exigences de ses clients.

La réputation de Rafael Bessa s'est construite auprès de clients parmi les plus notables à travers le monde, et son nom est associé à de nombreuses marques renommées dans les secteurs du voyage et de la mode.

Le chef d'entreprise a une vision unique, basée sur une relation à long terme avec ses clients : "Ils apprécient l'exclusivité des expériences que nous leur offrons, et le fait que nous cherchions constamment à créer la surprise. Nous pensons que nos clients sont nos partenaires, ils sont

les véritables ambassadeurs de notre marque. Ils font confiance à l'ADN de la marque Rafael Bessa Signature, dont les maîtres-mots sont discrétion, un service sur mesure et un large réseau de contacts qui leur offre ce que le monde a de meilleur.

Nous sommes des défenseurs convaincus du voyage de luxe et nous créons un itinéraire sur mesure, en recommandant la destination, l'hôtel.... une expérience clés en mains."



-/ Today, Rafael Bessa still travels with his family, friends and work, constantly looking for new ways to see the world and new hotspots to share.

The team has over 40 years of combined experience in creating and organizing trips for those seeking a unique perspective on the world, while always offering the best.

With a network in the travel industry that is second to none, his agency uses all its expertise to meet and exceed its clients' requirements.



-/ Rafael Bessa's reputation has been earned with some of the most notable clients around the world, and his name is associated with many renowned brands in the travel and fashion sectors.

The entrepreneur has a unique vision, based on a long-term relationship with his clients: "They appreciate the exclusivity of the experiences we offer, and the fact that we are constantly looking for ways to surprise them. We

believe that our customers are our partners, they are our true brand ambassadors. They trust the DNA of the Rafael Bessa Signature brand, whose key words are discretion, tailor-made service and a wide network of contacts that provides them with the best the world has to offer. We are strong advocates of luxury travel and create a tailor-made itinerary, recommending the destination, the hotel... a turnkey experience."



*Monsieur Bouillon
Œuf & poulet*

022 789 09 09

*Domaine de
Châteauvieux*

022 753 15 11

*Bar grill
Chez Philippe*

022 316 16 16

*Denise's
Art of Burger*

058 578 52 47

*Café des
Négociants*

022 300 31 30

Merci!

Philippe Chevrier et l'ensemble de ses équipes vous remercient chaleureusement de votre fidélité et du soutien apporté en cette période compliquée.
Vivement les retrouvailles!

Philippe Chevrier

WWW.PHILIPPE-CHEVRIER.COM

COTE MAGAZINE URBAN CITYGUIDE

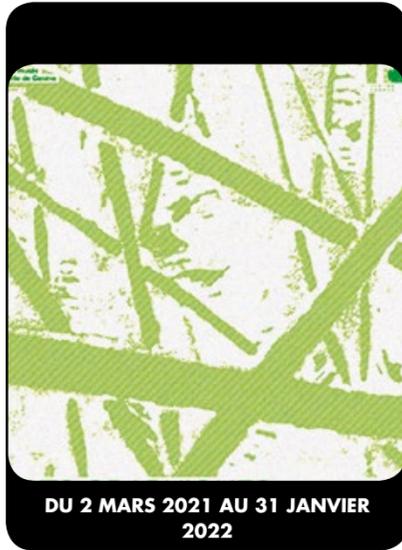
CULTURE - DÉCO - SHOPPING - BEAUTÉ - WELLNESS - GASTRONOMIE - HÔTELS



Sean Connery stands on a water taxi, Rialto bridge and gondolas on the background, Canal Grande, Venice 1970s. ©Carlo Pescatori.

Agendate!

Expo !



DU 2 MARS 2021 AU 31 JANVIER 2022

ARTS GRAPHIQUES

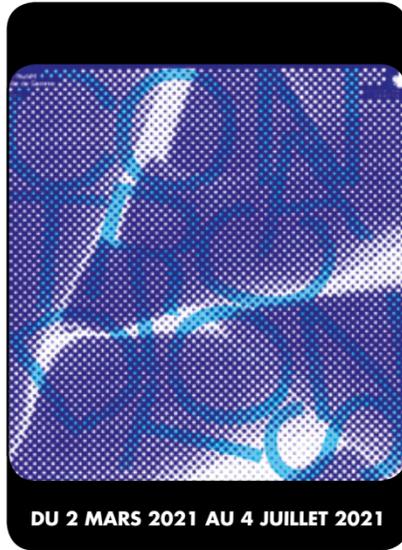
Avec plus de 300 pastels datant du XVIIIe au XXe siècle, la collection du Musée d'art et d'histoire est la plus importante de Suisse. Au cours de ce premier semestre 2021, l'exposition met à l'honneur les pastellistes Jean-Étienne Liotard et Maurice Quentin de La Tour. Le premier, à travers la figure de Marie-Thérèse d'Autriche et ses nombreux enfants, le second à travers celle de Jean-Jacques Rousseau. Les célèbres portraits au pastel sont ici confrontés à d'autres types de créations : médailles, peinture sur émail, gravure... Cette exposition riche en histoire vous permettra de retracer l'évolution de notre civilisation.

-/ With over 300 pastels dating from the 18th to the 20th century, the collection of the Museum of Art and History is the most important in Switzerland. During the first half of 2021, the exhibition will focus on pastel artists Jean-Étienne Liotard and Maurice Quentin de La Tour. The former through the figure of Maria Theresa of Austria and her many children, the latter through that of Jean-Jacques Rousseau. The famous pastel portraits are confronted here with other types of creations: medals, enamel paintings, engravings... This exhibition steeped in history will allow you to retrace the evolution of our civilization.

MUSÉE D'ART ET D'HISTOIRE
RUE CHARLES-GALLAND 2
1206 GENÈVE
+41 22 418 26 00
WWW.INSTITUTIONS.VILLE-GENEVE.CH/FR/MAH/

Agendate!

Expo !



DU 2 MARS 2021 AU 4 JUILLET 2021

CONTRADICTIONS

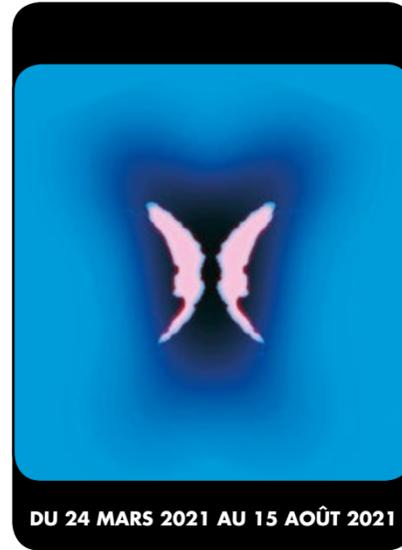
Le Musée d'art et d'histoire présente une exposition temporaire « Contradictions », élaborée à partir de la collection d'arts graphiques. Cette exposition s'intéresse au concept de la multiplication tel qu'il est appliqué aux domaines de la gravure, des objets d'arts, de la bijouterie. Dès l'entrée dans l'exposition, vous serez immergé/e au coeur du processus de créations de certaines œuvres d'artistes tels que Markus Raetz. Qui n'a jamais rêvé de voir une œuvre en pleine gestation ? Vous le pouvez dès aujourd'hui grâce à cette exposition unique.

-/ The Museum of Art and History presents a temporary exhibition "Contradiction", based on the collection of graphic arts. This exhibition focuses on the concept of multiplication as applied to the fields of engraving, art objects and jewelry. Upon entering the exhibition, you will be immersed in the creative process of certain works by artists such as Markus Raetz. Who has never dreamed of seeing a work in the making? You can now do so thanks to this unique exhibition.

MUSÉE D'ART ET D'HISTOIRE
RUE CHARLES-GALLAND 2
1206 GENÈVE
+41 22 418 26 00
WWW.INSTITUTIONS.VILLE-GENEVE.CH/FR/MAH/

Agendate!

Expo !



DU 24 MARS 2021 AU 15 AOÛT 2021

LEMANIANA
REFLETS D'AUTRES SCÈNES

Le Centre d'art contemporain propose une exposition « Lemaniana. Reflets d'autres scènes » mise en place par Andrea Bellini avec la collaboration de Mohamed Almusibli, Jill Gasparina et Stéphanie Moisdon. Cette exposition amène à porter un regard nouveau sur l'art actuel de la région. Vous y naviguerez dans l'univers de nombreux artistes et de multiples pratiques, au croisement de l'art et de la politique. Lemaniana vous fera porter un regard nouveau sur le monde. Foncez-y !

-/ The Centre d'art contemporain proposes an exhibition "Lemaniana. Reflections of other scenes" curated by Andrea Bellini with the collaboration of Mohamed Almusibli, Jill Gasparina and Stéphanie Moisdon. This exhibition brings a fresh look at the current local art scene. You will navigate in the universe of many artists and multiple practices, at the intersection of art and politics. Lemaniana will bring you a new look at the world. Don't miss it!

CENTRE D'ART CONTEMPORAIN
RUE DES VIEUX-GRENADIERS 10
1205 GENÈVE
+41 22 329 18 42
WWW.CENTRE.CH/FR/

Agendate!

Expo !



DU 12 FÉVRIER 2021 AU 16 MAI 2021

SCULPTURES DE RODIN À LOUISE
BERGEOIS

Le Musée cantonal des beaux-arts présente des œuvres majeures de collections suisses, pour certaines présentées pour la première fois au public, qui dialoguent avec des pièces de la collection du Musée. Cette exposition interroge les enjeux d'un art singulier, d'une rencontre entre matière et lumière, entre temps et espace. Tout au long de la visite, les regards et les perspectives évoluent face à cet espace majestueux.

-/ The Musée cantonal des beaux-arts presents major works from Swiss collections, some of which are being shown to the public for the first time, in dialogue with pieces from the Museum's collection. This exhibition questions the stakes of a singular art, of an encounter between matter and light, between time and space. Throughout the visit, the viewer's eyes and perspectives evolve in front of this majestic space.

MUSÉE CANTONAL DES BEAUX-ARTS DE LAUSANNE
PLACE DE LA GARE 16
1003 LAUSANNE
+41 21 316 34 45
WWW.MCBA.CH

Agendate!

Expo !



DU 16 AVRIL 2021 AU 6 JUIN 2021

MAX VAN BERCHEM : L'AVENTURE DE
L'ÉPIGRAPHIE ARABE

Le Musée d'art et d'histoire rend hommage au savant Genevois Max van Berchem. Cette exposition s'intéresse à la personnalité du chercheur et à son attachement au patrimoine local. Elle révèle les conditions matérielles dans laquelle il a mené son travail et souligne son apport à la compréhension de l'art et de la civilisation musulmane.

-/ The Museum of Art and History pays tribute to the Genevan scholar Max van Berchem. This exhibition focuses on the personality of the researcher and his attachment to local heritage. It reveals the material conditions in which he carried out his work and highlights his contribution to the understanding of Muslim art and civilization.

MUSÉE D'ART ET D'HISTOIRE
RUE CHARLES-GALLAND 2
1206 GENÈVE
+41 22 418 26 00
WWW.INSTITUTIONS.VILLE-GENEVE.CH/FR/MAH/

Agendate!

Expo !



DU 12 MARS 2021 AU 29 AOÛT 2021

CHAPLIN ET LE DICTATEUR : EXPOSITION
ÉVÈNEMENT

Chaplin's World inaugure une nouvelle exposition consacrée à l'emblématique film « Le Dictateur ». Vous aurez l'opportunité d'y découvrir de multiples documents d'archives allant de l'histoire de la création du film à la révélation d'astuces de tournage et de scènes non finalisées.

-/ Chaplin's World inaugurates a new exhibition dedicated to the emblematic film "The Dictator". You will be able to discover multiple archival documents ranging from the history of the film's creation to the disclosure of filming tricks and unfinished scenes.

CHAPLIN'S WORLD
ROUTE DE FENIL 2
1804 CORSIER-SUR-VEVEY
0842 422 422
WWW.CHAPLINSWORLD.COM



Inventaire

Le MAMCO vous invite à redécouvrir ses collections, dans le cadre d'un « inventaire » physique auquel participent toutes les conservatrices et conservateurs du musée.

-/ MAMCO invites you to rediscover its collections in the context of a physical "inventory" in which all the museum's curators participate.

MAMCO
Rue des Vieux Grenadiers 10
1205 Genève
+41 22 320 61 22
www.mamco.ch

Cette exposition s'articule autour de corpus peu montrés depuis leurs entrées dans les collections, ou au contraire sur des œuvres marquantes de l'expérience du musée. Cette exposition, avec ses représentations originales, vous transportera au cœur de multiples mouvements artistiques de la seconde moitié du 20e siècle : l'art minimal et conceptuel, le mouvement Fluxus, le « Body Art »...

-/ This exhibition focuses on works that have not been shown much since they entered the collections, or on the contrary, on works that have marked the experience of the museum. This exhibition, with its original representations, will transport you to the heart of multiple artistic movements of the second half of the 20th century: minimal and conceptual art, the Fluxus movement, "Body Art"...



Genèse de l'empire céleste, Dragons, phénix et autres chimères

La Fondation Baur présente à Genève les jades archéologiques chinois des époux Myers

-/ The Baur Foundation in Geneva presents the Chinese archaeological jades of the Myers couple

Fondation Baur
rue Munier-Romilly 8, 1206 Genève
Prolongé jusqu'au 23 mai
+41 22 704 32 82
www.fondation-baur.ch

Comme le souligne l'exposition Genèse de l'Empire céleste, Dragons, Phénix et autres Chimères, le jade établit un pont de quatre-vingts siècles ; cette pierre vénérable est en effet un miroir réfléchissant du Ciel, de la Terre et des hommes ; sa beauté, tout intérieure, enchante autant qu'elle interroge. Symboles emblématiques, bestiaire mythique ou instruments rituels illustrent ce propos, invitant à découvrir quelque 200 oeuvres insignes émanant de la collection de Sam et Myrna Myers, initiée en Suisse en 1966, à l'occasion de leur visite de la galerie d'art de Wladimir Rosenbaum, à Ascona. D'autres gemmes, agates, turquoises, cristaux ainsi que de délicates étoffes liturgiques en soie rehaussées de fils d'or, viennent compléter cet ensemble exceptionnel. Un catalogue bilingue accompagne l'exposition.

-/ As the exhibition Genesis of the Celestial Empire, Dragons, Phoenixes and other Chimeras emphasizes, jade builds a bridge over eighty centuries; this venerable stone is indeed a reflecting mirror of Heaven, Earth and mankind; its inner beauty delights as much as it intrigues. Emblematic symbols, mythical bestiary or ritual instruments illustrate the subject, inviting us to discover some 200 outstanding works from Sam and Myrna Myers' collection, initiated in Switzerland in 1966 during their visit to Wladimir Rosenbaum's art gallery, in Ascona. Other gems, agates, turquoise, crystals, as well as delicate liturgical silk fabrics embellished with gold threads complete this exceptional ensemble.

A bilingual catalog is available to accompany the exhibition.

WATCHFINDER & Co.
LE SPÉCIALISTE DES MONTRES D'OCCASION

VOUS NE PORTEZ PLUS VOTRE MONTRE ?



Obtenez une estimation pour vendre ou échanger votre montre rapidement et en toute sécurité. Notre service gratuit de collecte à domicile est à votre disposition sur simple demande.

watchfinder.ch • +41 22 501 77 65 • Rue du Marché 34, 1204 Genève

Le centre de service Watchfinder est agréé par plus de 19 manufactures telles que :

OMEGA
SERVICE CENTRE

Cartier
CERTIFIED SERVICE CENTRE

AUDEMARS PIGUET
AUTHORIZED SERVICE CENTER

OFFICINE
PANERAI
CERTIFIED SERVICE CENTRE

IWC
SCHAFFHAUSEN
CERTIFIED SERVICE CENTRE

JAEGGER-LECOULTRE
CERTIFIED SERVICE CENTRE



IT BAG Small - Défis Ambitieux, 2021 - inclusion - one of a kind original artwork - 36 x 26 x 19 cm

FRED ALLARD "VIDE TON SAC » - Conjuguer les codes de la rue à ceux du luxe.

Fred Allard, artiste sculpteur niçois, iconoclaste et intemporel, est un acteur majeur sur la scène internationale de l'art contemporain.

-/ Fred Allard, an iconoclastic and timeless sculptor from Nice, is a major player on the international contemporary art scene.

Bel Air Fine Art
Rue de la Corratérie 7, 1204 Genève
+41 22 310 16 67
www.belairfineart.com

En Vidant Son Sac, l'artiste nous fait part d'un travail instinctif, animé par des inspirations qui ont marqué et continuent de marquer sa vie. Ses œuvres nous envoûtent par leur sensualité et nous parlent indéniablement. Nous nous y retrouvons tous malgré nos différences, qu'il s'agisse d'un souvenir, d'un émoi ou d'un désir. Ces codes nous parlent, nous unissent et nous lient. Entrelaçant les codes populaires avec ceux du luxe, il continue à divulguer son message, celui d'une harmonie possible des différences. Dans cette collection, l'artiste nous emporte dans une atmosphère rock, chic, addictive et iconique.

-/ With "Empty your Bag", the artist shares with us his instinctive work, driven by inspirations that have had an impact on his life and still do. His works bewitch us by their sensuality and undeniably speak to us. We can all recognize ourselves in them, despite our differences. Whether it is through a memory, an emotion or a desire, these codes speak to us, bring us together and bind us. By interweaving popular codes with those of luxury, he keeps spreading his message, that of a possible harmony of differences. In this collection, the artist takes us into a rock, chic, addictive and iconic atmosphere.



La Fondation Etrillard lance la 2^{ème} édition du Prix du Patrimoine paysager et écologique.

Ce prix, proposé par la Fondation Etrillard, a comme objectif de soutenir un projet de restauration de domaine historique paysager mené dans un souci écologique en France ou en Suisse.

-/ This prize, proposed by the Etrillard Foundation, aims to support a project for the restoration of a historic landscape estate carried out with an ecological concern in France or Switzerland.

www.fondationetrillard.ch

Qui peut participer ? Tout propriétaire -public ou privé- d'un espace paysager situé en zone urbaine ou rurale, sur les territoires français et suisse, peut faire acte de candidature. Ils seront déposés au plus tard le vendredi 11 juin 2021 à minuit, sur le site. Le jury examine l'ensemble des dossiers reçus et établit une présélection de trois projets avant d'élire le lauréat. Les résultats seront annoncés au plus tard fin octobre 2021. La remise du prix se tiendra au Carrousel du Louvre dans le cadre du Salon International du Patrimoine Culturel, dont la Fondation est partenaire. Le lauréat recevra une dotation de 30 000 euros et signera une convention avec la Fondation régissant les modalités d'attribution de la dotation.

-/ **Who can participate?** Any owner -public or private- of a landscaped area located in an urban or rural area, on French and Swiss territory, can apply. They must be submitted by midnight on Friday 11 June 2021 at the latest on the website. The jury will examine all the applications received and make a pre-selection of three projects before electing the winner. The results will be announced by the end of October 2021 at the latest. The award ceremony will be held at the Carrousel du Louvre during the International Cultural Heritage Fair, of which the Foundation is a partner. The winner will receive an endowment of 30,000 euros and will sign an agreement with the Foundation governing the terms and conditions of the endowment.



Pour Les Camps d'été

Nous aidons les élèves à trouver leur place dans le monde en inspirant le développement individuel, l'excellence académique et la citoyenneté mondiale.

Nos camps d'été offrent à vos enfants une merveilleuse opportunité d'apprendre et de découvrir de nouvelles activités. De l'équitation au ski nautique, en passant par les ateliers de peinture ou les cours de golf, les camps d'été du Collège du Léman proposent un immense choix d'activités, pour que chaque enfant vive son expérience de camp personnalisée. Souvenirs inoubliables garantis !

Les filles et les garçons de 8 à 18 ans peuvent participer à nos camps pour une durée d'1, 2 ou même 3 semaines. Visitez notre site web et découvrez ce que nos camps véritablement internationaux ont à vous offrir. A bientôt !

cdl.ch/camps



COLLÈGE DU LÉMAN
École Internationale · Genève





Capri et Ultima Crans Montana Au service du luxe absolu

L'Ultima Crans Montana est le fruit d'une aventure entre un groupe hôtelier d'exception et des savoir-faire rares. C'est ainsi que sa collaboration avec Capri a vu le jour pour offrir à cet établissement les plus beaux marbres de la planète.

-/ Ultima Crans Montana is the result of an adventure between an exceptional hotel group and rare know-how. Thus, the collaboration with Capri was born to offer this establishment the most beautiful marbles of the planet.

Capri
Showrooms France (St Pierre en Faucigny) et Suisse (Ardon)
00 33 4 50 03 50 86
info@group-capri.com

Spécialiste de la pierre naturelle depuis plus d'un demi-siècle, Capri s'est forgé au fil du temps une excellente réputation, notamment dans le domaine du marbre. Cette entreprise familiale est exploitée depuis une quinzaine d'années par les représentants de la troisième génération, Emilie et Bruno Capri ; ils savent mieux que personne rechercher aux quatre coins du monde des marbres encore inconnus, sélectionner les plus beaux veinages et réaliser les rêves les plus fous et les plus luxueux des décorateurs les plus exigeants...

C'est ce talent qui a séduit Ultima Collection, laquelle a confié à Capri différents de ses projets, à Mies, à Courchevel, mais également à Crans-Montana pour un nouveau haut-lieu du luxe absolu : deux sublimes chalets privatifs équipés d'un spa de 1000m².

« Un projet qui nous aura occupés pendant plus d'un an, mais quelle satisfaction aujourd'hui lorsqu'on découvre le résultat final ! Je me souviens de notre première

-/ Specializing in natural stone for over half a century, Capri has built an excellent reputation over the years, particularly when it comes to marble. This family business has been run for the past 15 years by the third generation : Emilie and Bruno Capri, who know better than anyone how to find rare marbles all over the world, how to select the most beautiful vein patterns, and to fulfill the most demanding decorators' wildest and most luxurious dreams...

This talent seduced Ultima Collection, which entrusted Capri with several of its projects, in Mies, Courchevel, but also in Crans-Montana for a new place of absolute luxury: two sublime privatized chalets equipped with a 1000m² spa.

"A project that kept us busy for over a year; but what satisfaction today when we see the final result! I remember our first site meeting.

Everything was broken, there were no more walls and we were talking without



réunion de chantier. Tout était cassé, il n'y avait plus aucun mur et nous parlions sans vraiment nous rendre compte de l'ampleur de la mission, avec un Spa, une quinzaine de salles de bain... », nous confie Emile Capri.

L'idée était de créer un lieu d'exception tout en gardant un aspect cosy, ponctué de couleurs chaudes. Bruno Capri est dès lors parti en quête des plus beaux et plus exclusifs des marbres. « Nous avons besoin de marbres puissants en termes de style, aux veines fortes sur fond de brun, de chocolat pour les salles de bains ; de tons plus doux, plus clairs pour le spa et de blanc aux veines dorées pour le lobby et l'escalier », se souvient Emilie Capri. « Mon mari a déniché des perles, notamment en Italie et au Brésil où il a découvert des pierres encore jamais utilisées. En collaboration avec les équipes d'Ultima, nous avons sélectionné les meilleurs blocs pour les 16 salles de bains, le spa, le lobby et les contre-marches de l'escalier. Au total, plus de 65 tonnes de marbre pour environ 1'100 m² de superficie ».

Un projet colossal dont le succès réside dans le choix, bien entendu, des bonnes matières, mais aussi dans l'échange. « Nous ne serions pas arrivés à un tel niveau de qualité sans une collaboration étroite avec les équipes d'Ultima, je parlerais même de proximité, de transparence, de rapports de confiance indispensables », précise Emilie Capri. « Nous avons effectué un travail sur-mesure. Après la prise des cotes, nous avons dessiné les plans de calepinage et décidé ensemble la façon dont les veines de chaque plaque de marbre allaient être agencées. Par exemple, pour les salles de bains c'est l'option livre ouvert qui s'est imposée afin que les veines se déploient sur les sols et les murs ».

Grâce au goût du luxe absolu d'Ultima Collection combiné au savoir-faire unique de Capri, Crans-Montana accueille aujourd'hui l'un des plus beaux établissements qu'ait jamais connus une station suisse de sports d'hiver.

really realizing the magnitude of the mission, with a Spa, about fifteen bathrooms...", Emile Capri confides.

The idea was to create an exceptional place while keeping a cosy aspect, punctuated with warm colors. Bruno Capri went in search of the most beautiful and exclusive marbles. "We needed marbles that were strong in style, with strong veins on a brown or chocolate background for the bathrooms; softer, lighter tones for the spa and white with golden veins for the lobby and staircase," recalls Emilie Capri. "My husband unearthed pearls, particularly in Italy and Brazil, where he discovered stones that had never been used before.

Together with Ultima's teams, we selected the best blocks for the 16 bathrooms, the spa, the lobby and the staircase risers. In total, we used over 65 tons of marble for approximately 1,100 m² of surface area.

A colossal project whose success lies in the selection of the right materials, of course, but also in the exchange. "We would not have achieved such a high level of quality without close collaboration with Ultima's teams, I would even say proximity, transparency, and a relationship of trust that is crucial," says Emilie Capri. "We did a custom job. After taking the measurements, we drew the layout plans and decided together how the veins of each marble slab would be arranged. For example, for the bathrooms, the open book option was chosen so that the veins could be displayed on the floors and walls.

Thanks to Ultima Collection's taste for absolute luxury combined with Capri's unique know-how, Crans-Montana is now home to one of the most beautiful establishments ever to be found in a Swiss winter sports resort.



Sophie Friedmann Studio

Arrivée à Genève il y a 2 ans, la décoratrice parisienne Sophie Friedmann imagine des intérieurs éclectiques et cultivés.

-/ Arrived in Geneva 2 years ago, the Parisian decorator Sophie Friedmann creates eclectic and refined interiors.

Sophie Friedmann Studio
<https://www.studiosophiefriedmann.com/>
info@studiosophiefriedmann.com

Après une carrière en communication et recherches de tendances, cette passionnée d'art et de design change de cap pour se consacrer à la décoration. Curatrice, sa particularité est d'encourager et de développer le désir de collectionner. Dans ses projets, design vintage et mobilier contemporain se lient avec tableaux et sculptures créant ainsi des univers intemporels et conviviaux. Créative et passionnée, elle sera sublimée chaque espace.

-/ After a career in communications and trend research, this art and design enthusiast changed course to devote herself to decoration. As a curator, her particularity is to encourage and develop the desire to collect. In her projects, vintage design and contemporary furniture are combined with paintings and sculptures, creating a timeless and convivial universe. Creative and passionate, she knows how to sublimate every space.



FERMOB, préparer vos belles soirées d'été

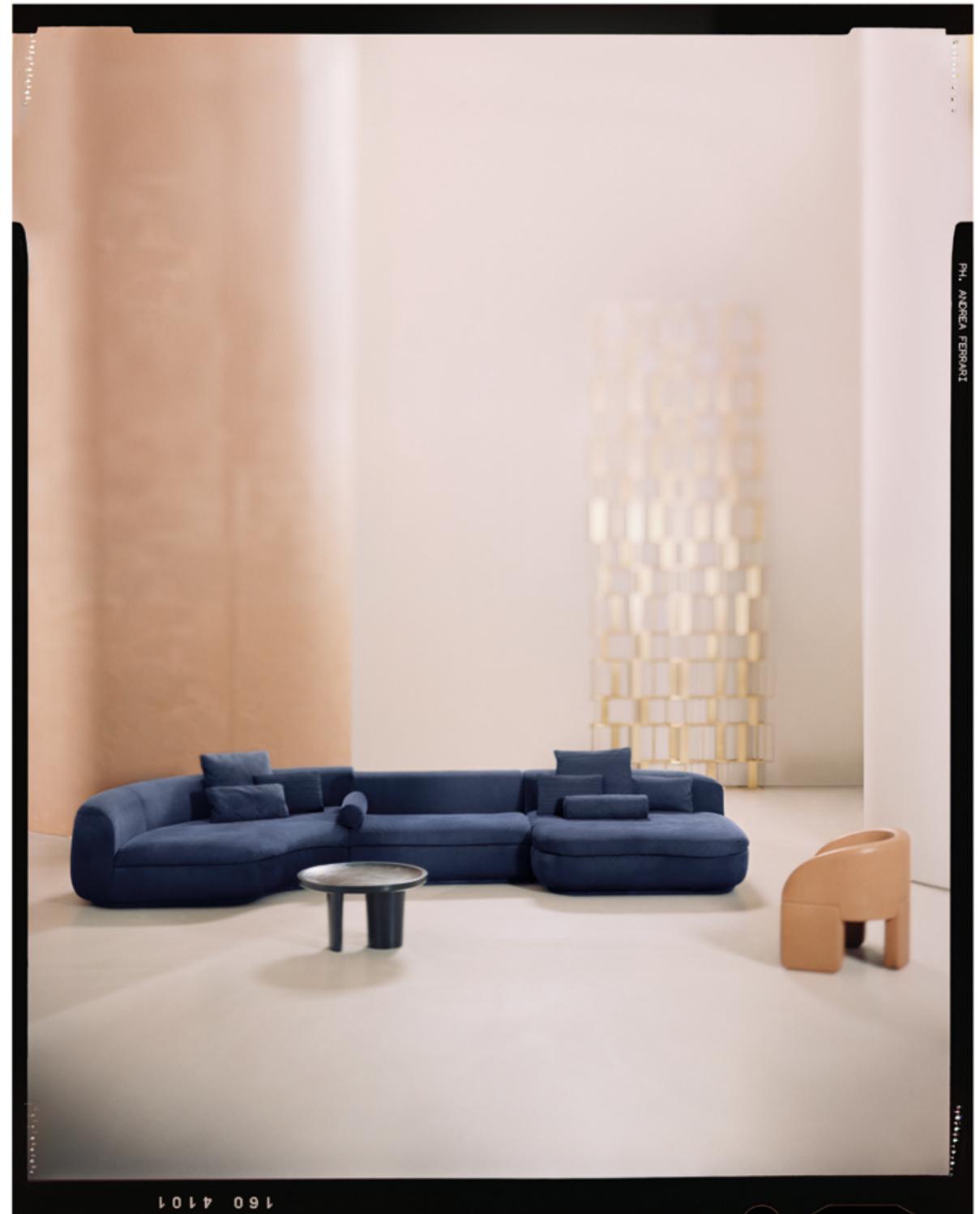
Fermob cultive la joie de vivre au grand air avec ses nouvelles collections Lounge aux couleurs affirmées.

-/ Fermob cultivates the joy of outdoor living with its new Lounge collections in assertive colors.

www.fermob.com

Il met à l'honneur la nouvelle couleur de son nuancier, Vert opaline, à la fois douce et lumineuse : elle rafraîchit les pastels et adoucit les teintes foncées. Elle incarne une modernité subtile et pourtant si évidente. Les nouvelles collections Luxembourg Lounge et Bellevie Lounge se réinventent pour être modulables à l'infini, au gré des espaces et des envies. Pour égayer vos soirées en terrasse, Fermob lance une gamme de Luminaires Aplô, un véritable concept de lumière autonome que vous pouvez utiliser à tout moment pour éclairer votre chemin ou votre table. Pour ajouter une touche spectaculaire, vous pouvez également utiliser la Guirlande L.1200 Hoop, une solution d'éclairage suspendue et intelligente qui donnera un air de fête aux grandes tablées. Plus besoin de vous déplacer de votre fauteuil, un seul clic sur l'application Fermob lighting suffit pour commander et personnaliser votre éclairage à distance. Application gratuite qui fonctionne également avec les produits Inouï Tabouret Lumineux H44, Moon! Lampe H63 et Moon! Lampe H134.

-/ It features the new Opaline Green, a color that is both soft and luminous: it refreshes pastels and softens darker shades. It embodies a subtle yet obvious modernity. The new Luxembourg Lounge and Bellevie Lounge collections are reinvented to be infinitely flexible, according to the space and preferences. To brighten up your evenings on the terrace, Fermob is launching a range of Aplô lamps, a true concept of autonomous light that you can use at any time to light your path or your table. To add a spectacular touch, you can also use the L.1200 Hoop Garland, a smart suspended lighting solution that will give a festive feel to large tables. No need to move from your chair, one click on the Fermob lighting app is all it takes to control and customize your lighting remotely. This free application also works with the Inouï Tabouret Lumineux H44, Moon! Lamp H63 and Moon! Lamp H134.



www.baxter.it

baxter
 MADE IN ITALY



Astier de Villatte
Bougies parfumées,
vase Trèfles,
tasses et coupelles
en céramique.

Ralph Lauren Home
Assiettes Faded Peony,
verres et couverts

L'Objet
Nappe et serviettes en lin.

L'Art de la Table selon Galli

Lorsque l'on parle de Galli, l'idée de beau, de raffinement et de qualité liée à une réelle créativité vient immédiatement à l'esprit. Dans cette période troublée qui pèse sur les relations humaines, Galli met plus que jamais en majesté l'art de la table...

-/ When talking about Galli, the idea of beauty, refinement and quality combined with genuine creativity immediately comes to mind. In these troubled times that weigh on human relations, Galli puts the art of the table in the spotlight more than ever...

Galli - Interiors & Manufacture
Place du Bourg-de-Four 9, 1204 Genève
022 818 39 99 - www.gallideco.ch

Maison de tradition familiale depuis 1890, Galli est une référence en architecture d'intérieur, décoration et fabrication de mobilier sur-mesure à Genève. Une raison suffisante pour lui faire confiance en termes d'arts de la table. Et ce, pour la création d'un espace dédié, d'un meuble... mais également au travers d'une sélection d'objets, d'accessoires, de linge et de vaisselle pointus, toujours raffinés, qui métamorphoseront une simple table en émotion.

C'est ainsi que l'on découvre une véritable mise en scène qui éveillera les papilles et favorisera les rapports humains dont nous avons tous particulièrement besoin aujourd'hui.

Au programme, de la vaisselle « positive » avec des cœurs ou des trèfles porte-bonheur signée Astier de Villatte, accompagnée de bougies parfumées mais toujours discrètes. Des nappes et des serviettes en lin de chez L'Objet jouant la carte de la sobriété et enfin des assiettes, des verres et des couverts élégants de chez Ralph Lauren Home.

Une association irréprochable montrant combien l'on peut être à la fois chic et créatif pour faire d'un dîner un moment à part.

-/ A family tradition since 1890, Galli is a reference in interior design, decoration and custom furniture manufacturing in Geneva. This is reason enough to trust them in terms of tableware. Whether for the creation of a dedicated space, a piece of furniture... but also through a selection of objects, accessories, linens and tableware, always refined, which will turn a simple table into an emotion.

Thus, we discover a real staging that will awaken the taste buds and promote the human relationships that we all greatly need today.

Among the items on the program are "positive" tableware with hearts or lucky clovers by Astier de Villatte, accompanied by scented but always discreet candles. Linen tablecloths and napkins from L'Objet play the sobriety card and finally elegant plates, glasses and cutlery by Ralph Lauren Home.

An impeccable combination showing how chic and creative one can be to make their dinner a special moment.



fermob

LE MOBILIER, LES LUMINAIRES
ET LES ACCESSOIRES DES VRAIS GENS BIEN INSPIRÉS

COMME ARNAUD, LÉO, KARINE, LISA, AMY, LAURA ET BIEN D'AUTRES...
SOYEZ-FOUS, REJOIGNEZ-NOUS !

#FERMOBPEOPLE

CORNERS GLAND • Schilliger Garden Centre • 022 354 44 44 | **MATRAN** • Schilliger Garden Centre • 026 407 33 00 | **PLAN-LES-OUATES** • Schilliger Garden Centre • 022 794 77 47 | **PORRENTRUAY** Nicol Meubles • 032 466 21 32 | **PUIDOUX** • Batiplus SA • 021 796 60 60 | **TAVEL** • Bise Meuble • 026 494 55 50 | **THÔNEX** • Eugène Baud SA • 022 869 23 23 | **VÉTROZ** • Anthamatten Meubles SA • 027 766 40 40
REVENDEURS **BULLE** • Bise Meuble • 026 919 55 00 | **LA TOUR-DE-TRÈME** • Dormez-Kolly SA / Meubles Kolly • 026 919 34 00 | **LUTRY** • Jardin Confort • 021 791 36 71 | **ROSSENS** Dormez-Kolly SA / Meubles Kolly • 026 411 90 10 | **ROSSENS** • Mobilis • 026 411 36 76



Schilliger, mobilier d'intérieur

Transformez votre intérieur à votre image

-/ Home in your own image

Schilliger Garden Centre
Route Suisse 40, 1196 Gland – 022 354 44 44
Route du Bois, 1753 Matran – 026 407 33 00
Route de Base, 1228 Plan-les-Ouates – 022 794 77 47

Plus que jamais, nos intérieurs sont un véritable refuge, une source de bien-être et de détente. Schilliger s'est donné pour mission d'aider chacun de nous à créer le logement qui lui ressemble.

A cet effet, l'enseigne propose un assortiment, aussi varié que qualitatif, de mobilier, d'accessoires de décoration et de luminaires. Des pièces maîtresses telles que le canapé ou la table, en passant par les petits détails qui apportent style et personnalité au foyer, rien ne manque pour donner vie à la décoration de nos rêves. Les boutiques à Gland et à Matran ont en outre subi de récentes transformations, afin d'offrir une expérience encore plus harmonieuse, permettant de se projeter dans des espaces mieux définis et plus marqués, tant par leur style que par les éléments qui les composent.

Enfin, pour celles et ceux qui ont besoin d'aide dans l'aménagement de leur intérieur ou souhaitent un rendu unique et 100 % personnalisé, les experts Schilliger sont là ! D'une idée en tête jaillira un mobilier sur mesure qui fera corps avec notre intérieur. L'accompagnement, complet, associe expertises techniques et décorateurs. Qu'il s'agisse de mobilier standard que l'on souhaite personnaliser ou d'un projet conçu à partir d'une feuille blanche, les spécialistes de chez Schilliger mettent à disposition leur savoir-faire et leur expérience pour créer notre intérieur de rêve.

Profitez également de -15 % sur tout le mobilier d'intérieur, jusqu'au 30 mai 2021 en magasins et sur la boutique en ligne www.schilliger.com.

-/ More than ever, our homes are a haven for well-being and relaxation. Schilliger's mission is to help each of us create the home that reflects our personality.

Therefore, the store chain offers a wide range of quality furniture, decorative accessories and lighting. From the main pieces such as the sofa or the table, to the small details that bring style and personality to a home, they have everything to bring our dream home to life. The stores in Gland and Matran have also undergone recent transformations in order to offer an even more harmonious experience, allowing customers to project themselves into spaces that are better defined and more distinctive, both in terms of their style and the elements that make them up.

Finally, for those who need help with their interior design or want a unique and 100% personalized look, the Schilliger experts are there! From an idea in your head, you can create a custom-made piece of furniture that will fit in with your interior. The comprehensive service combines technical expertise and decorators. Whether it's a standard piece of furniture that needs to be customized or a project to be created from scratch, Schilliger's specialists will provide you with their know-how and experience to create your dream interior.

You can also take advantage of a 15% discount on all home furnishings until May 30, 2021 in stores and in the online store at www.schilliger.com.



GESTOCIGARS S.A.

Boutique de cigares à Genève depuis 1985 – Importateur n° 8009



WWW.GESTOCIGARS.CH

votre boutique de cigares en ligne

Gestocigars S.A.
Rue Robert-Céard 8 – 4^e étage
1204 Genève – Suisse

Horaires d'ouverture
Lundi au Vendredi: 09h – 19h
Samedi: 10h – 14h

Contact
sales@gestocigars.ch
+41 22 312 10 80



La nouvelle Abyss « H » signée HYSEK...

La manufacture vaudoise continue de suivre son chemin tout en assumant sa philosophie clivante. Bref, Hysek ne fait rien comme les autres.

-/ The Vaud-based manufacture continues to follow its path while assuming its philosophy of differentiation. In other words, Hysek does nothing like any other company.

www.hysek.com

Si elle s'aventure dans le domaine ultra-concurrentiel des montres de sport à bracelet intégré, elle dispose avec cette nouvelle édition Abyss de tous les atouts afin d'interpeller la curiosité des amateurs.

Une fois n'est pas coutume, les cornes de la nouvelle Abyss à 3 aiguilles centrales méritent une attention toute particulière. Et pour cause : de l'aveu même de son concepteur, Laurent Besse, ce sont bien les cornes qui ont été le point de départ du dessin global de la montre. En respectant un mot d'ordre clair, l'ultra confort, l'idée a été de concevoir des cornes pivotantes qui épousent le poignet quels que soient ses mouvements. Polies, ces cornes caractéristiques renforcent l'identité visuelle déjà très forte de la ligne Abyss et s'associent à un bracelet ergonomique à double boucle déployante en titane poli et satiné. Un matériau innovant et ultra-léger, au reflet unique, qui accentue non seulement le côté visionnaire du modèle mais aussi son confort au porté.

Le boîtier adopte un diamètre de 41 mm et une forme coussin, toute en rondeurs dont l'épaisseur n'excède pas 11 mm. Le cadran est réduit à son strict minimum. Les index des heures 11 - 1 - 5 - 7 sont rhodiés pour offrir plus de luminosité et de lisibilité, surtout en étant associés à un quantième sous loupe situé à 3 heures. Son fond saphir dévoile les rouages du calibre manufacture 3 000 à double barillet pour une réserve de marche de trois jours. Un autre moyen d'offrir du confort aux heureux propriétaires d'une Abyss : ils n'auront pas besoin de remonter leur montre même s'ils ne la portent pas de tout le week-end.

De quoi débiter la semaine à l'heure et du bon pied !

-/ If it ventures into the ultra-competitive field of sports watches with integrated bracelets, it has all the assets to appeal to the curiosity of enthusiasts with this new Abyss edition.

For once, the lugs of the new Abyss with 3 central hands deserve special attention. And for good reason: according to its designer, Laurent Besse, the lugs were the starting point for the watch's overall design. With a clear focus on ultra comfort, the idea was to design pivoting lugs that fit the wrist regardless of its movements. These characteristic polished lugs reinforce the already strong visual identity of the Abyss line and are combined with an ergonomic bracelet with a double folding clasp in polished and satin-finished titanium. An innovative and ultra-light material with a unique shine, which not only accentuates the visionary aspect of the model but also its comfort when worn.

The case is 41 mm in diameter and has a cushiony shape, all round, and only 11 mm thick. The dial is kept to a strict minimum.

The hour markers 11 - 1 - 5 - 7 are rhodium-plated, to offer more luminosity and readability, especially since they are associated with a date under a magnifying glass located at 3 o'clock.

Its sapphire case back reveal the workings of the manufacture caliber 3000 with its double-barrel for a 3-day power reserve.

Another way to offer comfort to the lucky owners of an Abyss: they won't need to wind their watch even if they don't wear it the entire weekend.

A great way to start the week on time and the right way !



Jim Lambie Art.



Rolex. Daytona Rainbow



RM005 FM limited edition

Franz Gertsch

Divan Luxury Goods

Depuis de nombreuses années, les horlogers et les artistes collaborent pour la création de garde-temps rares. De ce mariage réussi est née l'idée de Laurent Vultier... Celle de créer Divan Luxury Goods, un lieu unique de vente à la fois de montres rares et d'œuvres d'art contemporain.

-/ For many years, watchmakers and artists have been collaborating to design rare timepieces. From this successful marriage arose Laurent Vultier's idea to create Divan Luxury Goods, an exclusive place where both rare watches and contemporary art are on offer.

Divan Luxury Goods
Rue du Rhône, 49, 1204 Genève
+ 41 22 400 08 08
www.divanluxurygoods.com
insta : [divanluxurygoods](https://www.instagram.com/divanluxurygoods)

La haute horlogerie et l'art contemporain sont deux mondes qui ont pris pour habitude de collaborer sur fond de créativité exacerbée. Une sorte de mariage réussi qui met en majesté la créativité constante de la planète montres ainsi que le talent d'artistes étonnants.

C'est cette évidence qui a poussé Laurent Vultier à créer Divan Luxury Goods. La seule et unique adresse genevoise dédiée aux deux univers.

Ainsi, en poussant les portes de Divan Luxury Goods, un lieu de vie et de rencontres imaginé pour les amateurs de beau, l'effet de surprise est systématique. Un lounge nouvelle génération, discret, à mi-chemin entre galerie et salon privé, dans lequel on découvre des montres et des œuvres.

Autant de garde-temps extrêmement rares, que l'on ne trouve nulle part ailleurs. Et des œuvres issues de collections privées et signées d'artistes contemporains de renom, régulièrement exposés à Art Basel, Art Genève ou encore à la FIAC. Un choix exceptionnel rendu possible grâce au réseau de Laurent Vultier, poussé par son expérience horlogère, sa curiosité pour l'art contemporain et son esprit entrepreneurial.

-/ Fine watchmaking and contemporary art are two worlds that have grown accustomed to collaborating on a backdrop of exacerbated creativity. A successful marriage of sorts that brings to the fore the constant creativity of the watch world and the talent of amazing artists.

This evidence led Laurent Vultier to create Divan Luxury Goods, the one and only address in Geneva dedicated to both worlds.

Thus, when pushing the doors of Divan Luxury Goods, a place of life and gatherings imagined for beauty lovers, the surprise effect is guaranteed. A new generation lounge, discreet, halfway between a gallery and a private room, where one discovers watches and works of art.

So many extremely rare timepieces, not to be found anywhere else. And works from private collections signed by renowned contemporary artists, regularly exhibited at Art Basel, Art Genève or the FIAC.

An exceptional choice made possible by Laurent Vultier's network, driven by his watchmaking experience, his curiosity for contemporary art and his entrepreneurial spirit.



L'enceinte transparente

Faite d'un cadre en aluminium unique et solidifié par du verre trempé, cette enceinte au design aérien et futuriste a la particularité supplémentaire d'être transparente.

-/ Made of a unique aluminum frame and solidified with tempered glass, this speaker has an airy and futuristic design with the added feature of being transparent.

www.transpa.rent/en/

Il en résulte un objet d'intérieur au visuel agréable et léger, combiné à une technologie de qualité. Rajouter à cela le son transparent. Celui-ci fait référence à la capacité des haut-parleurs à canaliser la véritable intention d'un musicien vers l'auditeur.

Nommée Small Transparent Speaker, elle peut s'associer à tous les appareils connectés Sonos. La technologie True Wireless permet en outre de connecter simultanément deux enceintes similaires, pour une expérience auditive élargie et encore plus qualitative.

-/ The result is a visually pleasing and light interior object combined with quality technology.

Named Small Transparent Speaker, it can be paired with all Sonos connected devices. And thanks to True Wireless technology, two similar speakers can be connected simultaneously for an even better, expanded listening experience.



La table de Ping Pong

Impatia incarne la créativité, unissant les traditions du design, de l'art et de l'artisanat italiens pour produire des tables de jeu sur mesure.

-/ Impatia embodies creativity, merging the traditions of Italian design, art and craftsmanship to produce custom-made game tables.

www.impatia.com

Avec sa surface de jeu en cristal complétée par des pieds en cuir fabriqués à la main, Lungolinea donne un nouveau souffle au ping-pong, né au XVIIIe siècle. Les concepteurs d'Impatia avaient une idée précise en tête lorsqu'ils ont décidé de redessiner le tennis de table et de le transformer en un objet de design superlatif.

L'idée de jouer sur une table de jeu transparente peut sembler inimaginable, mais grâce à une ingénierie soignée, même les joueurs professionnels les plus compétitifs pourront désormais apprécier une partie de ping-pong sur une table entièrement en verre.

-/ With its crystal playing surface complemented by handcrafted leather legs, Lungolinea breathes new life into ping-pong, which was born in the 18th century. Impatia's designers had a clear idea in mind when they decided to redesign table tennis and turn it into a superlative design object.

The idea of playing on a transparent table may seem impossible, but thanks to careful engineering, even the most competitive professional players can now enjoy a game of ping pong on an all-glass table.

'POP CANDY'

BY

CHLOÉ B

With these wall sculptures in cut metal with a 7 layers 3D effect, Chloé B is taking over all the codes of childhood and pop culture.

PERMANENTLY IN

GENEVA

7, RUE DE LA CORRATERIE - 1204 GENEVA
GENEVA@BELAIRFINEART.COM
+41 22 310 16 67

ALSO IN

CRANS-MONTANA, VERBIER, GSTAAD & LAUSANNE

POP CANDY
METAL WALL SCULPTURE - ORIGINAL ED. OF 800 + 4 AP.
120 x 120 x 170 cm





Certina Pour la bonne cause

Depuis 2017, Certina est partenaire de la Sea Turtle Conservancy (STC), une organisation qui oeuvre à la protection des tortues marines et de leur environnement, et pour laquelle la manufacture édite une montre de plongée. Un garde-temps professionnel dont les profits de la vente seront en partie reversés pour la réalisation des objectifs durables de STC.

-/ Since 2017, Certina has partnered with the Sea Turtle Conservancy (STC), an organization that works to protect sea turtles and their environment, and for which the manufacture produces a diving watch. A professional timepiece, whose sales profits will be partly donated to achieving STC's sustainable objectives.

www.certina.com

La DS Action Diver Sea Turtle Conservancy Special Edition s'impose non seulement comme une montre utile pour le respect de l'équilibre écologique de notre planète, mais également comme une montre de plongée digne de ce nom.

Présentée dans le cadre du partenariat entre Certina et la Sea Turtle Conservancy, sa commercialisation participera au financement de plusieurs projets initiés par l'organisation basée en Floride et permettra de fait à leur aboutissement. De quoi améliorer l'environnement des tortues marines et assurer leur protection. Un beau geste qui implique aussi le lancement d'un outil professionnel répondant à toutes les exigences de la norme ISO 6425 propre aux montres de plongée. C'est ainsi que l'on découvre tous les atouts de la DS Action Diver Sea Turtle Conservancy Special Edition : un calibre automatique, offrant 80 heures de réserve de marche et une technologie antimagnétique Nivachron™, logé dans un boîtier en acier de 38 mm de diamètre, étanche à 300 mètres, rehaussé d'une lunette tournante en aluminium bleu graduée 60 minutes permettant de calculer les temps de plongée. Quant au cadran bleu nuit, il présente une trotteuse en acier PVD or jaune à travers un verre saphir traité anti-reflet. Son bracelet en acier et acier PVD or jaune à boucle déployante dispose d'une extension plongeur. Sans oublier une couronne de remontoir vissée, tout comme le fond de boîte, lui-même gravé du logo officiel de la Sea Turtle Conservancy.

Un nouvel indispensable livré dans un écrin 100% recyclable.

-/ Not only is the DS Action Diver Sea Turtle Conservancy Special Edition a useful watch for the respect of the ecological balance of our planet, but it is also a diving watch worthy of the name.

Presented within the framework of the partnership between Certina and the Sea Turtle Conservancy, its sales will participate on the funding of several projects initiated by the organization based in Florida and allow their completion. This will improve the environment of the sea turtles and ensure their protection. A nice gesture that also entails the launch of a professional tool that meets all the requirements of the ISO 6425 standard for diving watches.

The DS Action Diver Sea Turtle Conservancy Special Edition is not lacking in assets: an automatic caliber, with 80 hours of power reserve and Nivachron™ antimagnetic technology, housed in a 38 mm diameter steel case, water-resistant to 300 meters, enhanced by a 60 mn scale blue aluminium rotating bezel that allows the calculation of diving times. The dark blue dial shows a yellow gold PVD second hand through an anti-reflective sapphire glass. Its steel and yellow gold PVD steel bracelet with folding clasp has a diver extension. Not to mention a screw-down winding crown, just like the case back engraved with the official of the Sea Turtle Conservancy logo.

A new must-have sold in a 100% recyclable box

HAVE FUN AT HOME!

372
PERSONAL
TRAINERS



LES MEILLEURS JEUX D'EAU DE GENÈVE POUR VOS ENFANTS

Des bébés nageurs aux graines de champions, 372 vient chez vous pour leur assurer en toute sécurité une joyeuse initiation à la natation. Prenez rendez-vous dès aujourd'hui en profitant de notre cadeau surprise !

OFFER YOUR KIDS THE BEST WATER GAMES IN GENEVA

From baby swimmers to future champs, 372 comes to your home to provide them with a safe and enjoyable initiation to swimming. Reserve today and benefit from our surprise gift !



Freya

Passionnée de mode et fascinée par l'entrepreneuriat, Fanny, d'origine Suisse, a lancé Freya, une marque contemporaine-chic inspirée par des formes géométriques.

-/ Passionate about fashion and entrepreneurship, Swiss-born Fanny launched Freya, a contemporary-chic brand inspired by geometric shapes.

contact@freyageneva.com
www.freyageneva.com

La marque tire son nom de la déesse nordique Freyja dont les charmes devenaient irrésistibles lorsqu'elle portait son collier de Brisingsamen. Dans les collections Freya, chaque bijou porte le nom d'une femme ayant marqué l'Histoire.

Ils sont dessinés et réalisés en Suisse avec l'aide d'artisans d'exception. Exclusivement en argent et or massif, ils sont destinés à durer toute une vie ; des pierres précieuses viennent également embellir certaines pièces.

Ancrée dans une démarche responsable, la marque utilise de l'or recyclé, et les pierres sont sourcées par des partenaires de confiance.

-/ The brand's name comes from the Nordic goddess Freyja whose charms became irresistible when she would wear her necklace of Brisingsamen. In the Freya collections, each piece of jewelry is named after a woman who left her mark on history.

They are designed and made in Switzerland with the help of exceptional craftsmen.

Exclusively made of silver and solid gold, they are designed to last a lifetime; precious stones also embellish some pieces.

Anchored in a responsible approach, the brand uses recycled gold, and the stones are sourced by trusted partners.



Genève en fête

Depuis plus de 100 ans Genève, abrite des commerces variés et exceptionnels. Ils décident de se réunir afin de partager avec nous leur histoire et traditions.

-/ For over 100 years, Geneva has been home to a wide variety of exceptional stores. They get together to share their history and traditions with us

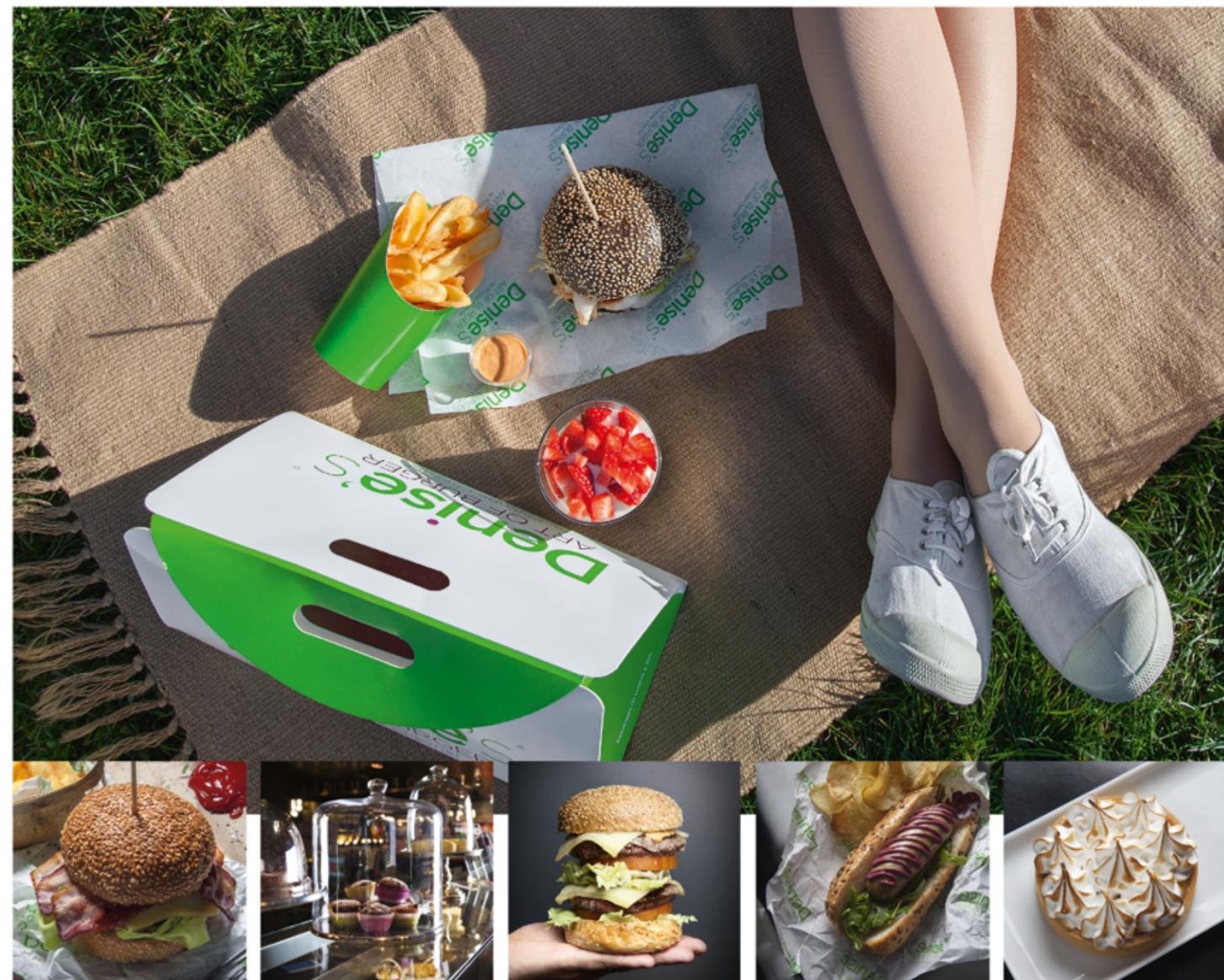
100ansetplus.ch

Quand la Bonbonnière et la Boucherie du Molard décident de fêter leurs 100 ans, ils ont l'idée d'un événement marquant. Pour promouvoir le commerce local, 14 enseignes vont participer aux festivités prévues du 25 au 29 mai où sera célébré le savoir-vivre genevois.

Elles mettront en avant leur savoir-faire en nous faisant profiter de dégustations, d'ateliers créatifs et d'animations. Pour ne rater aucun détail, restez informé/e en visitant le site dédié aux 100 ans (voire plus) des commerçants genevois. Venez soutenir l'artisanat genevois !

-/ When la Bonbonnière and la Boucherie du Molard decided to celebrate their 100th anniversary, they thought of an outstanding event. To promote local commerce, 14 brands will participate in the festivities scheduled from May 25 to 29, celebrating Geneva's savoir-vivre.

They will highlight their know-how by offering tastings, creative workshops and animations. To make sure you don't miss any details, stay informed by visiting the website dedicated to the 100 years (or more) of Geneva's merchants. Come and support Geneva's craft industry!



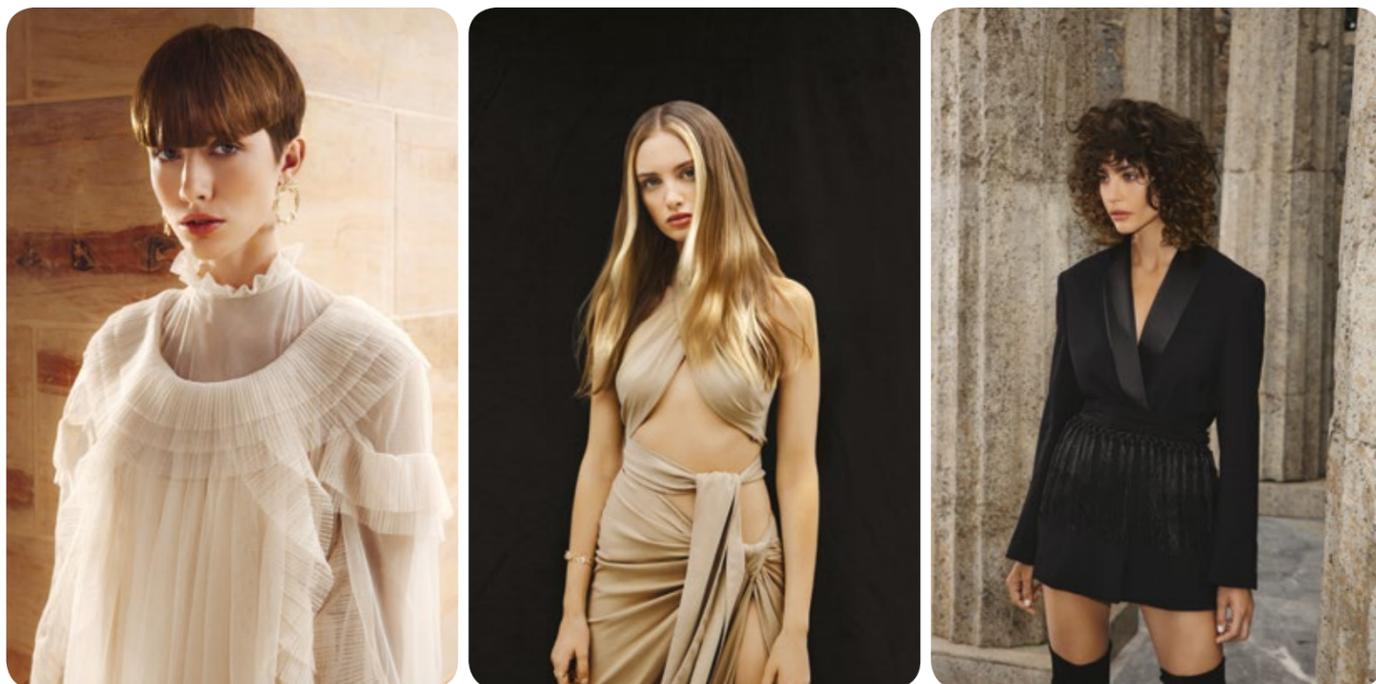
Denise's
ART OF BURGER
by Philippe Chevrier

« LES BURGERS LES PLUS CRÉATIFS DE GENÈVE »

À L'EMPORTER
DU LUNDI AU SAMEDI, DE 11H À 21H

GLOBUS FOOD HALL / PLACE DU MOLARD / RUE DU RHÔNE 48 / GENÈVE / +41(0)58 578 52 47

WWW.DENISES-BURGER.CH



L'Odyssée de Jean Louis David Printemps-été 2021

Les déesses de l'Olympe se réincarnent au XXI^{ème} siècle dans cette collection aux accents chic et monochromes.

-/ The goddesses of Olympus come back to life in the 21st century through this collection with chic and monochromatic accents.

www.jeanlouisdavid.com

Sensuelles et volontaires, toutes les femmes se retrouvent dans des styles contemporains, où les cheveux longs et sensuels côtoient un bouclé messy intrépide ou une coupe boule courte dans le plus pur style Jean Louis David.

Entre les colonnes des temples, c'est tout l'esprit Jean Louis David qui se réinvente pour la saison printemps-été 2021.

-/ Sensual and strong-willed, all women recognize themselves in these contemporary styles, where long, sensual hair is paired with a bold messy curl or a short bob in the purest Jean Louis David style.

Between the temple columns, the Jean Louis David spirit reinvents itself for the spring-summer 2021 season.

L'instant CLARINS

Rayonnez de fermeté ! Hyperactives, fonceuses, souvent très occupées, mais toujours en première ligne: Telles sont les super women de notre époque. Clarins a la solution pour répondre à leurs besoins grâce à une nouvelle génération de soins hybrides.

-/ Glow with firmness! Hyperactive, dynamic, usually very busy, but always on the front line: these are the super women of our time. Clarins has the solution to meet their needs with a new generation of hybrid skin care products.



Extra-Firming Energy est le nouveau soin complet et multi-vitaminé des Laboratoires Clarins. Créé à partir d'extraits de plantes et de fruits, il combat tout à la fois la perte d'éclat et redonne du ressort à la peau de plus de 40 ans. Le soin rêvé qui offre des super pouvoirs à la peau des femmes, grâce à un tout nouveau complexe, concentré de superfruits vitaminés. Un must, particulièrement en cette période de l'année, où l'été arrive à grands pas !

-/ Extra-Firming Energy is the new complete, multi-vitamin skin care from Clarins Laboratories. Formulated with plant and fruit extracts, it fights the loss of radiance and restores vitality to skin over the age of 40. The ultimate skin care product that provides super powers to women's skin, thanks to a brand new complex of vitamin-rich superfruits. A must, especially at this time of year, when summer is just around the corner!

Le chouchou de votre routine beauté à ne pas louper !
Double Serum, le bestseller mondial* Clarins pour un effet amplificateur de votre routine anti-âge

-/ Your beauty routine's favorite, not to be missed! Double Serum, Clarins' worldwide* bestseller for an amplifying effect on your anti-aging routine

Le soin Rose Lumière quant à lui a spécialement été conçu pour les peaux à partir de 50 ans et concentre toute l'expertise densité et lumière Clarins dans un petit pot très punchy. Grâce à l'association de nacrées illuminatrices et d'une texture rosée légèrement teintante, l'effet embellisseur de peau est immédiat. Les acides de fleur d'hibiscus sabdariffa procurent une exfoliation biologique pour encore plus d'éclat : les cellules mortes sont éliminées en douceur pour une peau lisse, souple, au grain serré, redensifiée à tous les niveaux.

-/ Rose Lumière was specially designed for 50+ year old skins and concentrates Clarins' expertise in density and luminosity in a small, punchy jar. Thanks to the combination of illuminating pearls and a slightly tinted pink texture, the skin beautifying effect is instantaneous. Hibiscus sabdariffa flower acids provide biological exfoliation for even more radiance: dead cells are gently eliminated for smooth, supple, tight-grained skin that is redensified on every level.

Pour en savoir plus :



CLARINS

* Dans le catalogue Clarins, données internes. Ventes en valeur 2019 sur la franchise Double Serum.

* In the Clarins catalog, internal data. Double Serum franchise's 2019 value sales.

CHADO

Votre routine beauté pour un teint frais

Découvrez les produits CHADO pour créer un look simple et frais. Le Soin Pyjama pour protéger et nourrir vos sourcils et cils, la Crème Généreuse pour redonner à la peau toute son énergie. Le primer Mat Absolu pour un teint soyeux et éclatant et une touche finale de Gloss Exquis au parfum gourmand, pour des lèvres irrésistibles.

-/ Discover CHADO products to create a simple and fresh look. Use the Pyjama Care to protect and nourish your eyebrows and eyelashes, the Crème Généreuse to restore your skin's energy. Not forgetting Absolute Matte Primer for a silky, radiant complexion and a final touch of Exquisite Gloss for irresistible lips.

CHADO
Rue Neuve-du-Molard, 16 - Genève
@chado.cosmetics // facebook.com/chadosarl
chado-cosmetics.com



1. CRÈME GÉNÉREUSE

Appliquez cette crème multifonction pour protéger et hydrater votre visage tout au long de la journée. Elle combine le pouvoir hydratant du beurre de karité avec de la vitamine E et de l'aloë Vera.
-/ Apply this multi-purpose cream to protect and moisturize your face all day long. It combines the moisturizing power of shea butter with vitamin E and aloe vera.



2. PRIMER MAT ABSOLU

Enrichi en vitamines C, E et F, MAT ABSOLU atténue les rougeurs et minimise l'apparence des pores.
-/ Enriched with vitamins C, E and F, MAT ABSOLU reduces redness and minimizes the appearance of pores.



3. LE SOIN PYJAMA

Appliquez le Soin Pyjama sur les cils avant le mascara pour apporter plus de volume et les allonger.
-/ Apply Pyjama Care onto lashes before mascara to add volume and lengthen them.



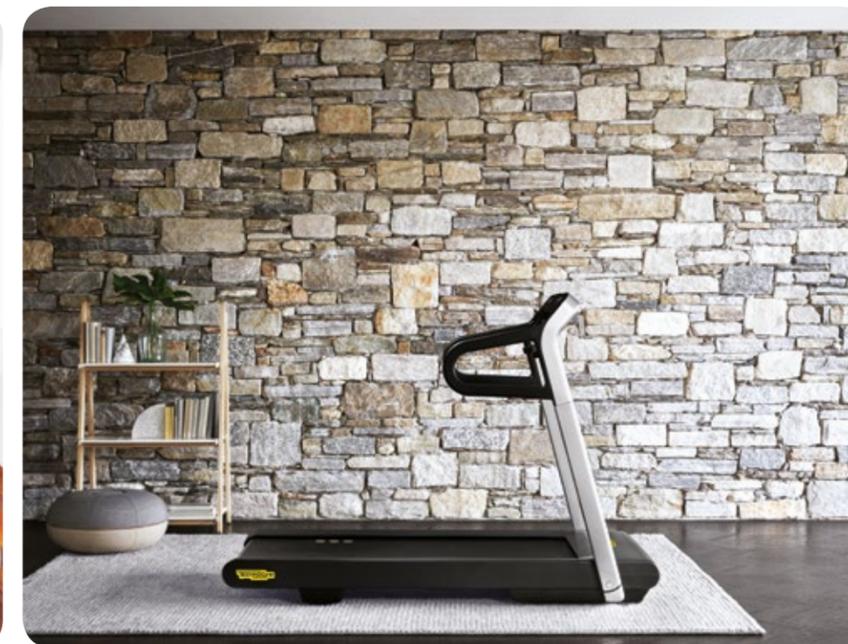
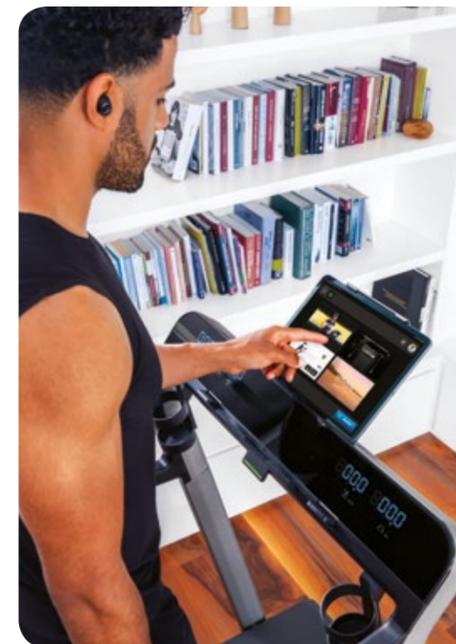
4. MASCARA DIVIN

Ce mascara à la formule innovante enrichie en PhytoCellTec™ Malus Domestica rendra votre regard divin.
-/ This mascara with an innovative formula enriched with PhytoCellTec™ Malus Domestica will make your eyes look divine.



5. GLOSS EXQUIS

La petite touche finale, une légère touche de Gloss pour venir sublimer vos lèvres.
-/ The little finishing touch, a light hint of Gloss to sublimate your lips.



Nouveaux contenus et possibilités d'entraînement

Le nouveau Technogym MyRun, une expérience de course inédite.

-/ The new Technogym MyRun, a brand new running experience.

www.technogym.ch
http://bit.ly/MyRun_Côte_2021

MyRun est un tapis de course léger et compact qui vous permettra de vous entraîner à la maison.

Il s'intègre avec votre tablette pour une expérience de course ultime. Les programmes d'entraînement sur mesure et le feedback sur la course en temps réel en font le choix idéal pour améliorer votre style de vie.

En plaçant simplement votre tablette sur la console MyRun, vous pouvez choisir votre entraîneur préféré parmi la vaste bibliothèque de contenus à la demande : des séances individuelles motivantes, des routines d'entraînement pour des performances athlétiques de pointe, des séances d'entraînement personnalisées et des pistes virtuelles dans la nature ou dans votre ville préférée. Grâce à Technogym LIVE, vous pouvez choisir différentes listes de lecture musicales spécialement conçues pour l'entraînement ainsi que la possibilité d'accéder à votre compte Spotify.

-/ MyRun is a lightweight, compact treadmill that will allow you to train at home.

It connects to your tablet for the ultimate running experience. Customized training programs and real-time running feedback make it the perfect choice to enhance your lifestyle.

By simply placing your tablet on the MyRun console, you can choose your favorite trainer from the extensive library of on-demand content: motivating one-on-one sessions, workout routines for peak athletic performance, personalized workouts and virtual trails in nature or your favorite city.

With Technogym LIVE, you can choose different music playlists specifically designed for training along with the option to access your Spotify account.



Sobeauty, so beautiful...

Grâce à son expertise beauté, la maquilleuse professionnelle Soraya saura mieux que personne vous préparer pour votre mariage... ou celui de votre meilleure amie !

-/ Thanks to her beauty expertise, professional make-up artist Soraya will prep you better than anyone for your wedding.. or your best friend's!



Boulevard des Tranchées 48, 1206 Genève
+41 76 823 45 77
www.sobeautyshome.com

Au fil de ses six années d'expérience, la jeune femme, diplômée de l'Académie Make-Up Forever à Paris, a travaillé pour des shootings photos, des fashion shows et des émissions de télé-réalité.

Spécialiste beauté certifiée, elle vous accueille aujourd'hui dans son institut Sobeauty's Home au cœur de Genève. Vous y trouverez de nombreux soins du visage de médecine esthétique comme l'Hydra Facial, le Microneedling, ou le fameux soin coréen BB Glow. Les produits choisis sont de qualité premium et à base de principes actifs naturels. Elle effectuera au préalable un diagnostic de votre peau afin de vous proposer le soin du visage idéal. Que ce soit pour de l'acné, un manque de fermeté ou une perte d'éclat, cette experte saura vous aider et vous offrira un suivi pour prendre soin de votre peau. Pour les mariées, cette professionnelle propose une formule exclusive, coiffure, maquillage, beauté des mains et des pieds et ainsi qu'un soin du visage. Après une prise de contact, vous aurez rendez-vous dans son institut pour discuter de vos attentes et effectuer un devis. Une séance d'essai maquillage et coiffure est organisée pour être parfaite le jour J. Vous avez la possibilité de vous préparer dans son institut ou elle peut se déplacer sur le lieu de votre choix dans toute la Suisse et à l'International.

Elle peut également être accompagnée de sa partenaire afin d'apprêter vos proches. Soraya est passionnée par son métier, dévouée à ses clientes et prend son temps pour rehausser leur beauté. Elle propose de rester sur place durant l'événement afin d'effectuer des retouches ou de modifier votre look lors du passage de la mairie à la soirée.

-/ Over the course of her six years of experience, the young woman, a graduate of the Make-Up Forever Academy in Paris, has worked for photo shoots, fashion shows and reality TV shows.

A certified beauty specialist, she welcomes you today in her institute Sobeauty's Home in the heart of Geneva. You will find many aesthetic medical facials such as the Hydra Facial, Microneedling, or the famous Korean care BB Glow. The products chosen are of premium quality and based on natural active ingredients. She will first make a diagnosis of your skin in order to offer you the ideal facial treatment.

Whether it is for acne, lack of firmness or loss of radiance, this expert will help you and offer you a follow-up to take care of your skin. For brides, this professional offers an exclusive formula, hairstyling, makeup, hand and foot beauty, nails and facials. After a first contact, you will have an appointment in her institute to discuss your expectations and get an estimate. A make-up and hairstyle trial session is set up to be perfect on the big day. You have the choice to prepare yourself in her institute or she can travel to the place of your choice in Switzerland and abroad.

She can also be accompanied by her partner to prepare your family and friends. Soraya is passionate about her job, dedicated to her clients and takes her time to enhance their beauty. She offers to stay on site during the event in order to touch up or modify your look as you go from the town hall to the party.



Nouveaux contenus et possibilités d'entraînement

Créée en 1954 et présente en Suisse depuis 2004 au sein des instituts les plus à la pointe de l'esthétique, la marque désormais accessible au grand public revisite entièrement son site de e-commerce pour une expérience utilisateur encore plus fluide.

-/ Created in 1954 and active in Switzerland since 2004 in the most advanced beauty institutes, the brand is now accessible to the public and has completely revamped its e-commerce site for an even more fluid user experience.

www.yonka.ch

Pour comprendre la philosophie de Yon-Ka, il faut remonter à sa naissance, il y a près de 70 ans. Bien avant tout effet de mode, les fondateurs de la marque Yon-ka avaient pressenti l'avenir de l'aromathérapie et de la phytothérapie. S'entourant de scientifiques, chimistes et médecins, Cécile, Ernest et Charles Mühlethaler prennent dès lors des décennies d'avance en termes de recherche phyto-aromatique, et demeurent aujourd'hui encore LA référence en la matière.

Une découverte majeure impose la marque comme un incontournable pionnier et un acteur majeur des soins de beauté : la « Quintessence », association unique et synergique de 5 huiles essentielles issues du bassin méditerranéen qui devient le pivot de leur future gamme. Une Quintessence qu'on retrouve couplée à d'autres actifs ciblés dans nombre de produits de la maison, telle l'emblématique Lotion Yon-Ka.

Mais maîtriser les effets du temps, c'est aussi avancer avec lui et savoir se réinventer perpétuellement : l'un des derniers-nés des Laboratoires Yon-Ka, le soin de jour et de nuit perfecteur de peau sans silicone ni paraben Nude Perfect, vient de se voir décerner un prix par le Figaro Magazine. Un gage de qualité et de reconnaissance qui salue une fois encore le savoir-faire et l'expertise de Yon-Ka.

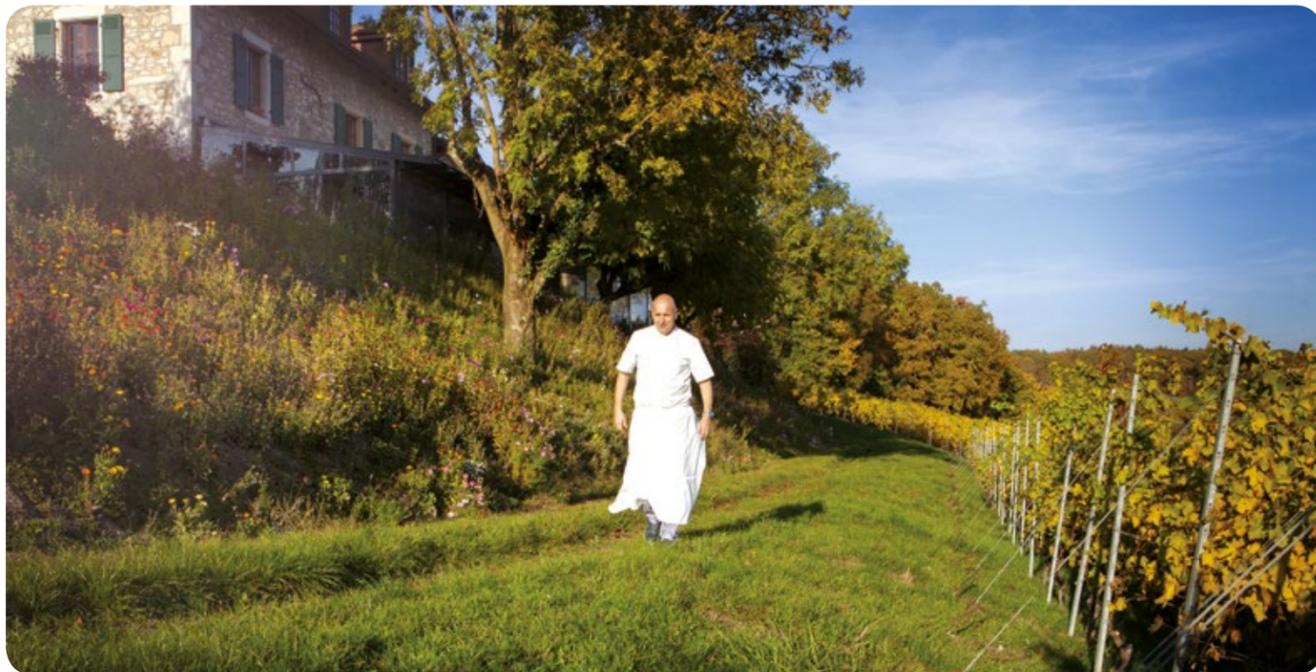
Autre best-seller plébiscité par les professionnels de la branche, le masque Glyco-Night, peeling clean comprenant 10% d'acide glycolique pur, qui donne un nouveau souffle à la peau, pour une triple efficacité prouvée : anti-âge, effet peau neuve, éclat.

Fidèle à ses engagements de toujours, basés sur l'utilisation d'actifs naturels, la rigueur scientifique ainsi que l'efficacité visible et prouvée des résultats, Yon-Ka propose aujourd'hui un site internet relooké, pour une expérience plus ergonomique et intuitive au sein de l'univers de la marque et une nouvelle expérience E-Shop, une première pour la marque sur le Marché Suisse.

-/ To understand Yon-Ka's philosophy, one has to go back to its birth, nearly 70 years ago. Well before any fashion trend, the founders of the Yon-ka brand had foreseen the future of aromatherapy and phytotherapy. Surrounded by scientists, chemists and doctors, Cécile, Ernest and Charles Mühlethaler were decades ahead in terms of phyto-aromatic research, and remain THE reference in the field to this day.

A major discovery set the brand apart as a pioneer and a major player in beauty care: the "Quintessence", a unique and synergistic combination of 5 Mediterranean essential oils that became the centerpiece of their future range. This Quintessence is found in combination with other targeted active ingredients in many of the company's products, such as the emblematic Yon-Ka Lotion.

But mastering the effects of time also means moving along with it and knowing how to perpetually reinvent oneself: one of the latest products from Yon-Ka Laboratories, the silicone- and paraben-free skin-perfecting day and night care product Nude Perfect, has just been awarded a prize by the Figaro Magazine. A token of quality and recognition that once again acknowledges Yon-Ka's know-how and expertise. Another best-seller acclaimed by industry professionals is the Glyco-Night mask, a clean peeling containing 10% pure glycolic acid, which gives the skin a new lease on life, with proven triple effectiveness: anti-aging, new skin effect, and radiance. Faithful to its long-standing commitments, based on the use of natural active ingredients, scientific rigor as well as visible and proven results, Yon-Ka is now offering a redesigned website, for a more ergonomic and intuitive experience within the brand's universe and a new E-Shop experience, a first for the brand on the Swiss market.



La gastronomie après la crise, de nombreuses idées et projets en attente

Le grand restaurateur genevois Philippe Chevrier parle de l'activité culinaire en ces temps difficiles et de son optimisme pour l'avenir.

-/ Top restaurateur Philippe Chevrier from Geneva on the culinary business in challenging times and optimism for the future.

Domaine de Châteauevieux
www.chateauevieux.ch

Philippe Chevrier, quel est votre bilan de l'année 2020 ?

2020 a été une année très difficile évidemment avec presque 4 mois sans pouvoir vraiment travailler suite aux 2 fermetures successives imposées. Il était difficile pour nous de prédire comment la clientèle réagirait, à savoir si elle reviendrait. Par chance, nous avons dans notre clientèle beaucoup d'habitues qui nous ont soutenus et que je profite de remercier sincèrement de leur fidélité. De plus, on a pu compter sur un bel été avec une météo clémente qui nous a permis de bien travailler, malgré les conditions sanitaires imposées durant les mois d'ouverture. Et malheureusement, la fin d'année 2020 a été catastrophique avec la fermeture de nos établissements pendant les 2 meilleurs mois de l'année et durant les fêtes. Sans compter l'annulation du Salon international de l'automobile de Genève et celui de l'horlogerie cette même année. Un bilan mauvais pour une année très compliquée, je dirais.

-/ Philippe Chevrier, what is your assessment of 2020?

Philippe Chevrier: 2020 was a very difficult year with almost four months during which you couldn't really work after the two shutdowns. It was difficult for us to predict how customers would react, whether they would come back. Fortunately, we have many regular customers among our customers who have supported us and whom I would like to sincerely thank for their loyalty. In addition, we could count on a beautiful summer with good weather, which enabled us to work well despite the sanitary requirements. And unfortunately the end of 2020 was disastrous as our facilities closed during the best two months of the year and during the holidays. Not to mention the cancellation of the Geneva Motor Show and the Watch Salon in the same year. A bad record for a very complicated year, I would say.

Dans quel état d'esprit abordez-vous 2021 ?

Dans la même tendance que celle de 2020 hélas. Car au jour où l'on se parle, on ne sait pas encore quand les établissements rouvriront... Sans surprise, la baisse vertigineuse de fréquentation touristique étrangère impacte fortement les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration. Et puis, est-ce que la systématisation du télétravail deviendra finalement un frein au fait d'aller au restaurant le midi ? L'incertitude pèse. On sait aussi que Genève n'accueillera pas cette année non plus de salons de l'automobile et de l'horlogerie. Encore un manque à gagner et une année 2021 qui débute difficilement.

Si vous aviez un message à faire passer, quel serait-il ?

Il ne faut pas se décourager et faire savoir aux autorités qu'elles doivent aider la profession le plus possible. Sans cela, on va droit dans le mur, vers une hécatombe dans le métier. Les établissements ont dû fermer 7 mois sur 12 et aucune entreprise ne peut être viable en fermant autant de temps. Nous avons tous besoin d'une bonne base pour redémarrer dans des conditions convenables.

Quels sont vos espoirs pour la suite ?

Il est clair qu'on garde espoir quant aux réouvertures car on sait compter sur une clientèle fidèle d'habitues, de bons clients et d'amis, sur Genève et en Suisse romande. On sait de plus que notre clientèle a à cœur de nous soutenir dans cette épreuve alors on reste optimiste quant au taux de réservation à la reprise, que nous espérons proche.

Acteur majeur de la scène gastronomique, quelle est votre vision actuelle du secteur ?

Dans ce contexte catastrophique, 40% voire davantage d'établissements sont menacés de faillite. C'est très inquiétant pour la branche et pour nos métiers. Cela démontre aussi la faiblesse de notre système en Suisse, qui s'avère être parmi ceux qui indemnisent le moins leurs concitoyens dans un contexte de crise. Il y a définitivement quelque chose à revoir.

Quels apprentissages tire-t-on d'une telle épreuve ?

Un apprentissage oui, toujours. Mais un apprentissage rude pendant ces périodes de fermeture. Être entrepreneur et devenir patron, c'est choisir l'indépendance et la responsabilité qui va avec. C'est être libre de ses choix, de ses décisions et de ses actions. En fermant nos établissements au gré des décisions politiques sans prendre la mesure ni même conscience des conséquences désastreuses que cela occasionne, aujourd'hui, nous sommes les prisonniers du système, privés de cette liberté, l'essence de toute entreprise.

Avez-vous des projets réjouissants à partager ?

Après la pluie, le beau temps. J'ai une multitude d'idées et de projets en stand-by qui me réjouissent. Et même si on a ouvert le nouveau restaurant Monsieur Bouillon pour quelques semaines seulement et en plein contexte de crise sanitaire et économique, il faut rester dynamique et optimiste. C'est la nature de tout entrepreneur. Et de rester pérenne aussi, avec la même exigence de qualité, quel que soit le contexte. D'ailleurs, les 30 ans de la table doublement étoilée du Domaine de Châteauevieux au Guide Michelin que l'on fête cette année sont une belle reconnaissance que je partage avec l'ensemble de mes équipes ainsi que notre fidèle clientèle.

-/ How do you tackle 2021?

Same as 2020. While we talk we don't know when the facilities will reopen. Unsurprisingly, the staggering decline in foreign tourists is having a strong impact on the hotel and restaurant sector. We also ask ourselves whether the systematisation of working at home will ultimately prevent restaurant visits at lunch time?

The uncertainty remains. We also know that Geneva will not host a motor show or a watch show this year either. That means further deficits and a year 2021 that begins with difficulties.

If you had one message to convey, what would it be?

Don't get discouraged and let the authorities know they need to help the industry as much as possible. Without this we will drive straight into the wall and there will be a mass death of restaurants. The companies were closed for seven out of 12 months, no company can make a profit like this. We all need a good foundation to start over under the right conditions.

What are your hopes for the future?

It is clear that we hope to reopen soon, because we know that we can count on a loyal clientele of regulars, as well as good customers and friends in Geneva and the rest of Switzerland. We also know our customers want to assist us in this exam, so we remain optimistic about the resume reservation rate that we hope is near.

As an important player in the Restaurant business, how do you assess The state of the industry?

In this disastrous context, 40 percent or more companies are threatened with bankruptcy. This is very worrying for the industry and for our companies. It also shows the weakness of our system in Switzerland, which turns out to be one of the ones that gives its fellow citizens the least compensation in a crisis context. There is definitely something to check out.

What do you learn from the situation?

You always learn something. In the time of the forced closure, however, it is hard learning. To be an entrepreneur and boss means to exercise independence and the associated responsibility. You are free in your decisions and actions. However, by having to close our facilities due to political decisions that ignored the catastrophic consequences of this act, we are now prisoners of the system, deprived of the freedom that is the essence of every business.

Do you still have exciting projects in prospect?

After the rain, the good weather will come back at some point. I have a variety of ideas and projects on standby that I'm really excited about. And even if we only opened the new Monsieur Bouillon restaurant for a few weeks and in the midst of the health and economic crisis, we remain dynamic and optimistic. This is the nature of every entrepreneur. Just like staying sustainable, with the same quality standards, regardless of the circumstances. In addition, the 30 years of our two-star restaurant Domaine de Châteauevieux in the Michelin guide, which we are celebrating this year, is a great recognition that I am delighted to share with all my employees and with our loyal customers.



La Collection RSRV fait des étoiles au Widder Hotel Zurich

La Collection RSRV n'est rien moins que le Champagne officiel du Guide Michelin. Cinq cuvées 100% Grand Crus, un hommage à la tradition gastronomique de la Maison Mumm en Suisse et dans le monde.

-/ The RSRV Collection is no less than Michelin Guide's official Champagne. Five 100% Grand Cru cuvées, a tribute to the gastronomic tradition of the House of Mumm in Switzerland and around the world.

Widder Hotel Zurich
Rennweg 7 - CH-8001 Zürich, Switzerland
+41 44 224 25 26
widderhotel.com

Depuis 1838, la Maison Mumm réserve ses cuvées les plus exclusives à un cercle de proches. Cette tradition se perpétue depuis bientôt près de 200 ans. Les cuvées sélectionnées par le Chef de Caves sont identifiées dans ses registres par les initiales 'RSRV', tel un acronyme pour indiquer qu'elles sont « réservées ». Aussi rare que précieuse, cette collection est aujourd'hui encore exclusivement réservée aux Chefs étoilés et aux amis de la Maison Mumm.

La Collection RSRV fait des étoiles au Widder Hotel Zurich.

C'est en juin 2020 que le Chef Stefan Heilemann et le Maître d'hôtel et sommelier Stefano Petta rejoignent les rangs du célèbre Widder Hotel à Zürich, accompagnés de leurs équipes de cuisine et de service. Un tandem de choc, qui avait déjà permis à leur précédent établissement, l'hôtel Atlantis Zürich, de se voir décerner les deux premières étoiles Michelin de son histoire. Dans le cadre de cette aventure déjà, les deux hommes avaient déjà donné une place de choix à la collection RSRV au sein du menu.

-/ Since 1838, the House of Mumm has reserved its most exclusive cuvées for a circle of close friends. This tradition has been going on for nearly 200 years. The cellarmaster's selected cuvées are marked with the initials 'RSRV' in his registers, an acronym to indicate that they are 'reserved'. As rare as it is precious, this collection is still exclusively reserved for starred chefs and friends of the House of Mumm.

The RSRV Collection hits the stars at the Widder Hotel Zurich.

In June 2020, Chef Stefan Heilemann and Maître d'hôtel and sommelier Stefano Petta joined the ranks of the famous Widder Hotel in Zurich, along with their kitchen and service teams. This impressive duo had already brought the first two Michelin stars to their previous establishment, the Hotel Atlantis Zürich. In that venture, the two men had already given the RSRV collection a prominent place on the menu.



Photos © Alex Pittet

-/ As for the set-up, it is just as unique: the drinks are served in a collection of flutes specially created for the occasion, the menus are printed on premium paper, every aspect of the concept has been thought of to sublimate these privileged moments even more.

And it didn't take long for the sparks to fly: Stefan Heilemann and his team were awarded two more Michelin stars in February 2021, putting their restaurant on top of the gastronomic world. Building on this irresistible momentum, Stefan Heilemann is again crowned Chef of the Year 2021 by the Gault & Millau guide!

The new concept of the hotel's restaurant, oriented towards fine dining, is unanimously acclaimed. Capitalizing on the partnership between the hotel, Perrier-Jouët champagnes and Mumm, the Chef came up with the idea of concocting a unique menu, with each dish - 5 in all - associated with one of the 5 vintages of the RSRV collection, for a perfect match of tastes. A "Chef's Table" concept, unique in Switzerland, offering an amazing selection of exceptional 100% Grand Cru champagnes, exclusively reserved for starred chefs.

The 6 to 8 happy guests will be served in front of the open kitchen, for the pleasure of the taste buds as well as the eyes.

La mise en place quant à elle se veut tout aussi unique: les breuvages sont servis dans une collection de flutes spécialement créées pour l'occasion, les menus imprimés sur un papier de choix, le moindre aspect du concept a été pensé pour sublimer encore un peu plus ces instants privilégiés.

Et les étincelles ne se font pas attendre : Stefan Heilemann et son équipe décrochent deux nouvelles étoiles Michelin en février 2021, plaçant leur établissement au firmament gastronomique. Et, sur cette lancée décidément irrésistible, Stefan Heilemann est encore couronné Chef de l'année 2021 par le guide Gault & Millau !

Le nouveau concept du restaurant de l'hôtel, orienté « fine dining », fait l'unanimité. Fort du partenariat noué entre l'établissement, les champagnes Perrier-Jouët et la Maison Mumm, le Chef a l'idée de concocter un menu unique, dont chaque plat - 5 au total - est associé à l'une des 5 cuvées de la collection RSRV, pour un accord de goûts parfait. Un concept de « Chef's Table » inédit en Suisse, proposant une sélection unique de champagnes exceptionnels et 100% Grand Cru, réservée exclusivement aux chefs étoilés.

Et ce pour le plus grand bonheur des 6 à 8 heureux hôtes, servis face à la cuisine ouverte, pour un plaisir des papilles conjugué à celui des yeux.





Le restaurant n'étant autorisé à servir que les clients de l'hôtel, nombreux sont celles et ceux qui réservent une chambre uniquement pour pouvoir déguster le menu Champagne, servi les vendredis et samedis !

Situé aux abords de la célèbre Bahnhofstrasse, au cœur de la vieille ville historique de Zurich, le Widder Hotel est une véritable institution plusieurs fois centenaire, dont la réputation dépasse largement nos frontières. Bâti au cours du 12ème siècle, il a été entièrement rénové au début des années 2000. Rénovation qui aura pris pas moins de 10 ans, en raison des nombreuses contraintes techniques liées à l'ancienneté du site et de la nécessité de conserver son riche héritage médiéval, désormais associé à un design contemporain, un luxe décontracté et des équipements 5 étoiles.

-/ As the restaurant is only allowed to serve hotel guests, many people book a room just to enjoy the Champagne menu, served on Fridays and Saturdays!

Located on the famous Bahnhofstrasse in the heart of Zurich's historic old town, the Widder Hotel is a century-old institution with a reputation that extends far beyond our borders. Built in the 12th century, it was completely renovated in the early 2000s. The renovation took no less than 10 years, due to the numerous technical constraints caused by the age of the site and the need to preserve its rich medieval heritage, now combined with contemporary design, relaxed luxury and 5-star facilities.



"ONLY THE BEST"

Georges Hermann Mumm - 1876

Seit 1838 hält das Haus Mumm seine besten Grand Cru-Champagner für seine Liebsten und Freunde bereit. Entdecken Sie heute die einzigartigen Cuvées in den Michelin Sterne-Restaurants.

ENJOY RESPONSIBLY



La Halle de Rive vient à vous !

En ces temps d'incertitude, La Halle de Rive a lancé un service exceptionnel de livraison à domicile.

-/ In these uncertain times, La Halle de Rive has launched an exceptional home delivery service.

La Halle de Rive
halle-de-rive.ch

Le bien-être et la sécurité de tous restent la plus grande priorité, raison pour laquelle La Halle de Rive respecte les normes d'hygiène les plus strictes dans l'élaboration ainsi que la livraison, assurée par leur équipe de cyclistes. Tous les commerçants de la Halle de Rive, entièrement voués au «bien-vivre» et au «bien-manger», vous proposent des produits exceptionnels ; soigneusement sélectionnés et travaillés avec exigence, leur qualité fera la différence et rendra votre table inoubliable.

La Halle de Rive livre tous les jours de 16h à 19h30 (dernier délai de commande 12h). Il est possible de choisir le jour et la date de livraison grâce aux créneaux proposés automatiquement lors de la finalisation de la commande.

-/ The well-being and safety of all remain the highest priority, which is why La Halle de Rive complies with the strictest hygiene standards in the preparation and delivery of its products, which is carried out by their team of cyclists. All the merchants of La Halle de Rive, entirely dedicated to "good living" and "good eating", offer you exceptional products; carefully selected and worked with high standards, their quality will stand out and make your table unforgettable.

La Halle de Rive delivers every day from 4:00 pm to 7:30 pm (last order at 12:00 am). It is possible to choose the day and date of delivery thanks to the time slots automatically proposed when finalizing the order.



Chef at home Un chef professionnel dans votre cuisine

Chef at Home, la première plateforme de chefs à domicile
100% suisse.

-/ Chef at Home, the first 100% Swiss home chef platform.

www.chefathome.app
Application mobile : Chef at Home

Développée par deux jeunes diplômés de l'EHL, Alexandre Attia et Diego Carven, Chef at Home est une application mobile suisse visant à permettre à tous les épicuriens de revivre l'expérience d'un bon repas dans l'un de leurs restaurants favoris. Rien de plus simple que l'application mobile Chef at Home : choisissez un chef ainsi qu'un de ses menus proposés, le tout en quelques clics. Profitez pleinement d'un repas digne d'un grand restaurant en compagnie de vos convives, le chef s'occupera des courses, de la préparation, du service et du nettoyage. Fatigué/e de perdre du temps à faire vos courses ? Vous n'avez ni l'envie, ni la disponibilité de cuisiner par vous-même ? Chef at Home assurera la réussite culinaire de votre soirée et vous permettra de vivre une expérience inédite en compagnie d'un chef à votre écoute, prêt à partager ses secrets.

-/ Developed by two young EHL graduates, Alexandre Attia and Diego Carven, Chef at Home is a Swiss mobile application designed to enable all epicureans to relive the experience of a good dinner in one of their favourite restaurants. The Chef at Home mobile app is simple: choose a chef and one of their featured menus in just a few clicks. Enjoy a restaurant-style meal with your guests, while the chef takes care of the shopping, preparation, service and clean-up. Tired of wasting time shopping? You have neither the energy nor the time to cook by yourself? Chef at Home will ensure the culinary success of your evening and will give you the opportunity to live a unique experience with a Chef at your service, ready to share his/her secrets.



Dom Pérignon X Lady Gaga

De nos jours, le monde a plus que jamais besoin du souffle de la création, une force qui ouvre de nouveaux horizons et nous fait avancer. De là est née l'idée d'une collaboration entre Lady Gaga et Dom Pérignon.

-/ Nowadays, the world needs more than ever the breath of creation, a force that opens new horizons and drives us forward. Hence came the idea of a collaboration between Lady Gaga and Dom Pérignon.

www.moet-hennessy.ch

Dès le 6 avril, Dom Pérignon vous invite à pénétrer dans un nouvel univers, celui de deux créateurs emblématiques et à vous émerveiller du résultat de cette collaboration : une campagne publicitaire, des bouteilles en édition limitée et une sculpture conçue par Lady Gaga... Et comme Dom Pérignon soutient toujours les causes des artistes, cette collaboration sera également un soutien majeur à la "Born This Way Foundation" de Lady Gaga.

-/ Starting April 6, Dom Pérignon invites you to enter a new universe, that of two iconic designers, and to marvel at the result of this collaboration: an advertising campaign, limited edition bottles and a sculpture designed by Lady Gaga...

And as Dom Pérignon always supports artists' causes, this collaboration will also be a major support to Lady Gaga's "Born This Way Foundation".



Devenir maître en art de la table

A Table in a Box propose un concept innovant et unique
en son genre...

-/ A Table in a Box offers an innovative and unique concept...

order@atableinabox.com
www.atableinabox.com

... Des box qui contiennent tout le nécessaire pour une déco de table d'exception. Chaque détail est pensé pour rendre cette expérience addictive! Jungle, hippie, tropicale, choisissez parmi les nombreux thèmes imaginés par une équipe de décorateurs professionnels. 4, 6, 8, les box sont adaptées au nombre de convives. Sets de table, bougies, ronds de serviettes, photophores, plantes artificielles, déballez, installez et profitez d'une table à l'allure des réceptions les plus élégantes. L'art de recevoir devient un jeu d'enfant, à vous de jouer!

-/ ...Boxes that contain everything you need for an exceptional table decoration. Every detail is thought of to make this experience addictive!

Jungle, hippie, tropical, choose among the many themes imagined by a team of professional decorators.

4, 6, 8, the boxes are adapted to the number of guests. Placemats, candles, napkin rings, photophores, artificial plants, unpack, set up and enjoy a table that looks like the most elegant receptions. The art of entertaining becomes child's play, it's up to you!



crédits photos Jessica Amber Photography

Le deuxième boudoir de Cuppin's

Cuppin's débarque à Plainpalais, au boulevard des Philosophes 3. Il s'agit de la deuxième arcade Cuppin's dans la cité de Calvin.

-/ Cuppin's is coming to Plainpalais, at Boulevard des Philosophes 3. It is the second Cuppin's arcade in the city of Calvin.

Cuppin's
Boulevard des Philosophes 3, 1205 Genève
+41 22 559 45 86
www.cuppins.ch

Le concept reste inchangé, un environnement très girly où la gourmandise et la féminité sont à leur comble. Pâtisserie et cakes design se marient à une sélection shopping de petits créateurs pour bébés et femmes, de bijoux et cosmétiques. Une offre ultra contemporaine dans un décor qui l'est tout autant! Le coffee shop est pour l'instant en take away en attendant l'ouverture de l'espace salon de thé.

-/ The concept remains unchanged, a very girly environment where delicacy and femininity are at their peak. Pastries and designer cakes are combined with a shopping selection of small designers for babies and women, jewelry and cosmetics. An ultra-contemporary offer in a decor that is just as contemporary! The coffee shop is currently a takeaway while waiting for the opening of the tea room.



L'iode, le nouveau concept de l'Hôtel Tiffany

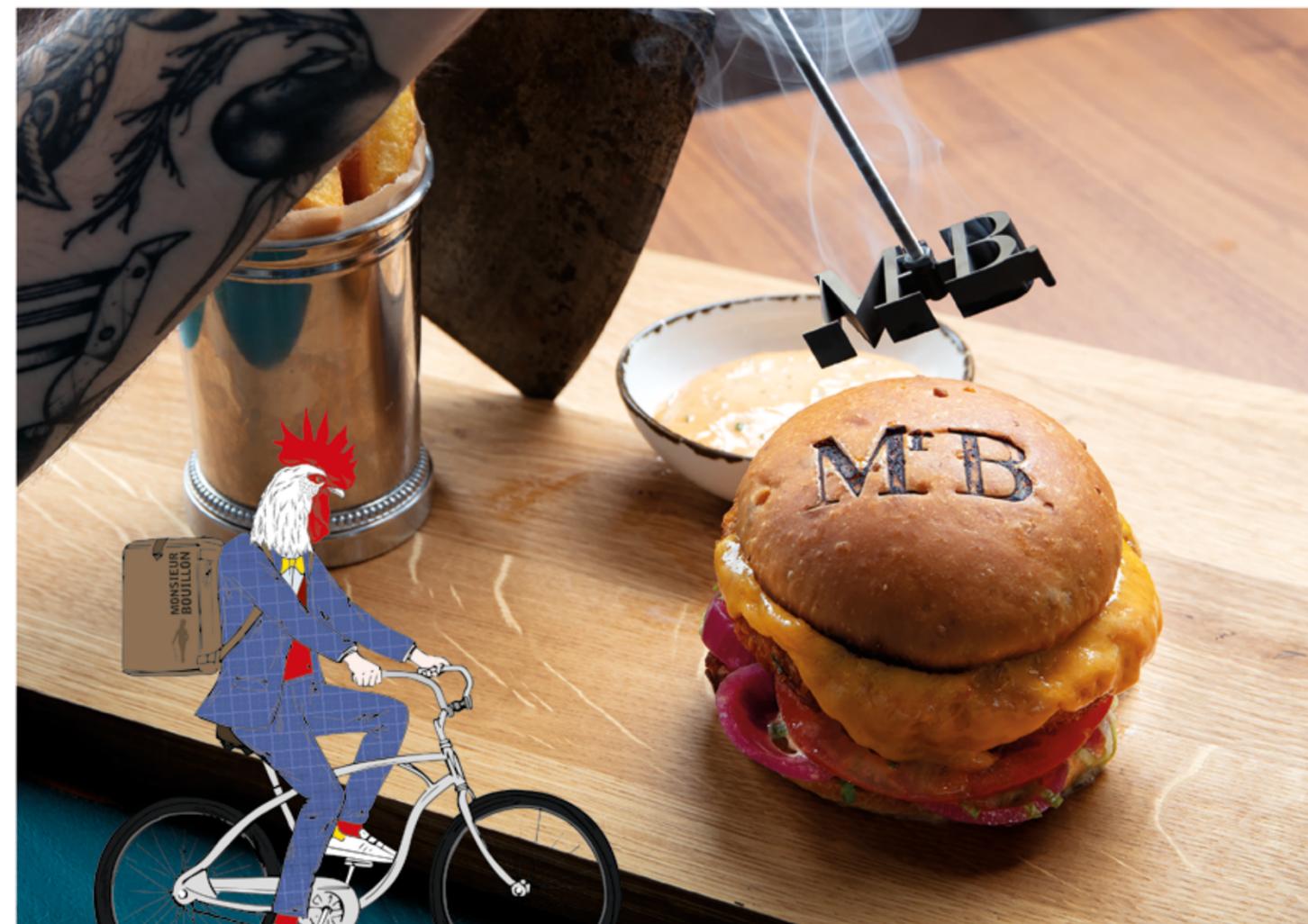
Au cœur du quartier de Plainpalais, à Genève, le célèbre restaurant de l'Hôtel Tiffany se réinvente et propose un concept novateur autour de saveurs marines : L'iode.

-/ In the heart of the Plainpalais district in Geneva, the famous Hotel Tiffany restaurant is reinventing itself and offering an innovative concept based on marine flavors: L'iode.

Hôtel Tiffany
Rue de l'Arquebuse 20, 1204 Genève
+41 22 708 16 06
liode@tiffanyhotel.ch

Respect du produit, fraîcheur des ingrédients et une cuisine saine pensée pour tous, telles sont les valeurs de l'établissement. Déclinant sa carte autour de mets à base de poissons, l'iode propose une ambiance intimiste. Ce lieu au design authentique et lumineux vous accueille la semaine et le weekend autour d'un nouveau brunch. Ce nouveau concept n'aurait pu voir le jour sans la vision de son Chef, Christophe Pagnot. Avec une approche atypique de la cuisine, découlant de ses années d'expérience passées aux Antilles et ses nombreux voyages, il ajoute une « touche d'ailleurs » à chacune de ses créations. Portant une attention particulière au choix des produits, l'équipe du restaurant se fait un plaisir de faire vivre à ses convives des expériences gustatives inédites.

-/ Respect for the product, freshness of the ingredients and a healthy cuisine for all, such are the values of the place. L'iode's menu is based on fish dishes, served in an intimate atmosphere. This place with an authentic and bright design welcomes you during the week and the weekend for a new brunch. This new concept would not have been possible without the vision of its Chef, Christophe Pagnot. His atypical approach to cooking, based on his years of experience in the West Indies and his numerous trips, adds a "touch of elsewhere" to each of his creations. Paying particular attention to the choice of products, the team takes great pleasure in providing his guests with new taste experiences.



MONSIEUR BOUILLON
oeuf & poulet

NOUS SOMMES OUVERT 7J/7
À L'EMPORTER & EN LIVRAISON

DU LUNDI AU DIMANCHE
DE 11H30 À 14H30 & DE 18H À 21H00



PLACE DE LA SYNAGOGUE 5 / +41(22) 789 09 09

WWW.MONSIEURBOUILLON.CH



Un souffle, une pause au coeur des montagnes

Dans un petit village de Suisse, Haute-Nendaz, Katia Mariéthoz a restauré la maison familiale centenaire pour créer « La Belle Echappée ». Un B&B chaleureux doté d'une suite authentique dans laquelle la pierre et le bois règnent en maîtres.

-/ In a small Swiss village, Haute-Nendaz, Katia Mariéthoz has restored the century-old family home to create "La Belle Echappée". A warm B&B with an authentic suite where stone and wood reign supreme.

La belle Echappée
Chemin da Oûe 58, 1997 Nendaz
+41 79 263 84 70
www.hotel-nendaz.ch

Idéal pour une escapade romantique, La Belle Echappée est un petit nid douillet niché au coeur des 4 Vallées. L'établissement doublé d'un institut de beauté « Maeline-Massages » propose plusieurs formules bien-être pour vous dorloter au gré de vos envies et besoins.

Katia, Emilie et Beatriz utilisent des traitements naturels pour prendre soin de vous tout en vous donnant l'impression d'être à la maison...la détente en plus ! Durant votre séjour, vous accéderez à la tranquillité du corps et de l'esprit, en profitant d'un magnifique jardin, de massages, de soins esthétiques, de yoga ainsi que d'un bain nordique privatif. Côté plaisir des papilles, champagne, fondue et produits de la région sont au programme !

Katia Mariéthoz par sa passion, combine chic et simplicité. Séjourner dans son Bed & Breakfast, c'est s'offrir une pause en parfaite harmonie. Des moments privés et intimes qu'elle crée sur-mesure, pour vous retrouver avec vous-même ou à partager. Son credo ? Respirer, apprécier la valeur de l'instant et de notre belle nature !

-/ Ideal for a romantic getaway, La Belle Echappée is a cozy little hideaway nestled in the heart of the 4 Valleys. The establishment doubles as a beauty institute "Maeline-Massages" and offers several wellness packages to pamper you according to your desires and needs. Katia, Emilie and Beatriz use natural products to take care of you while giving you the impression of being at home...with the added bonus of relaxation!

During your stay, you will have access to peace of mind and body, while enjoying a beautiful garden, massages, beauty treatments, yoga and a private Nordic bath. For the pleasure of your taste buds, enjoy some champagne, fondue and regional products ! Through her passion, Katia Mariéthoz combines chic and simplicity. Staying in her Bed & Breakfast is to offer yourself a restful break in perfect harmony. Private and intimate moments that she tailors, to be with yourself or to share. Her motto is to breathe, to appreciate the value of the current moment and that of our beautiful nature!



Le Bistro



Chef Armel Bedouet, 17/20 Gault e5 Millau 2020
Restaurant L'Aparté

Authentique et convivial

Le terroir et les saisons
sublimés par la signature d'un grand chef !

NOUVEAU
DÉCOR

**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

GENEVABOATS®

EST. 2005

GENEVA | NYON | LAUSANNE | MONTREUX



YACHTS & BOATS FOR RENT & SALES

MOORINGS | TRANSPORT | INSURANCE | WINTERAGE | CHARTER | MAINTENANCE | MARINA SERVICES

PRIVATE CRUISES WITH PILOT

+41 79 775 04 12 - INFO@GENEVABOATS.COM



Fedrazzini

PARDO
YACHTS

Riva



RAND

BENETEAU

GRAND SOLEIL
YACHTS

GRANDEZZA



IMMEUBLE BEAU-REGARD | 29 QUAI DU MONT-BLANC | CASE POSTALE 2433 | 1211 GENÈVE 2 | SUISSE

WWW.GENEVABOATS.COM

cartier.ch - 044 580 90 90



Cartier