

COTE

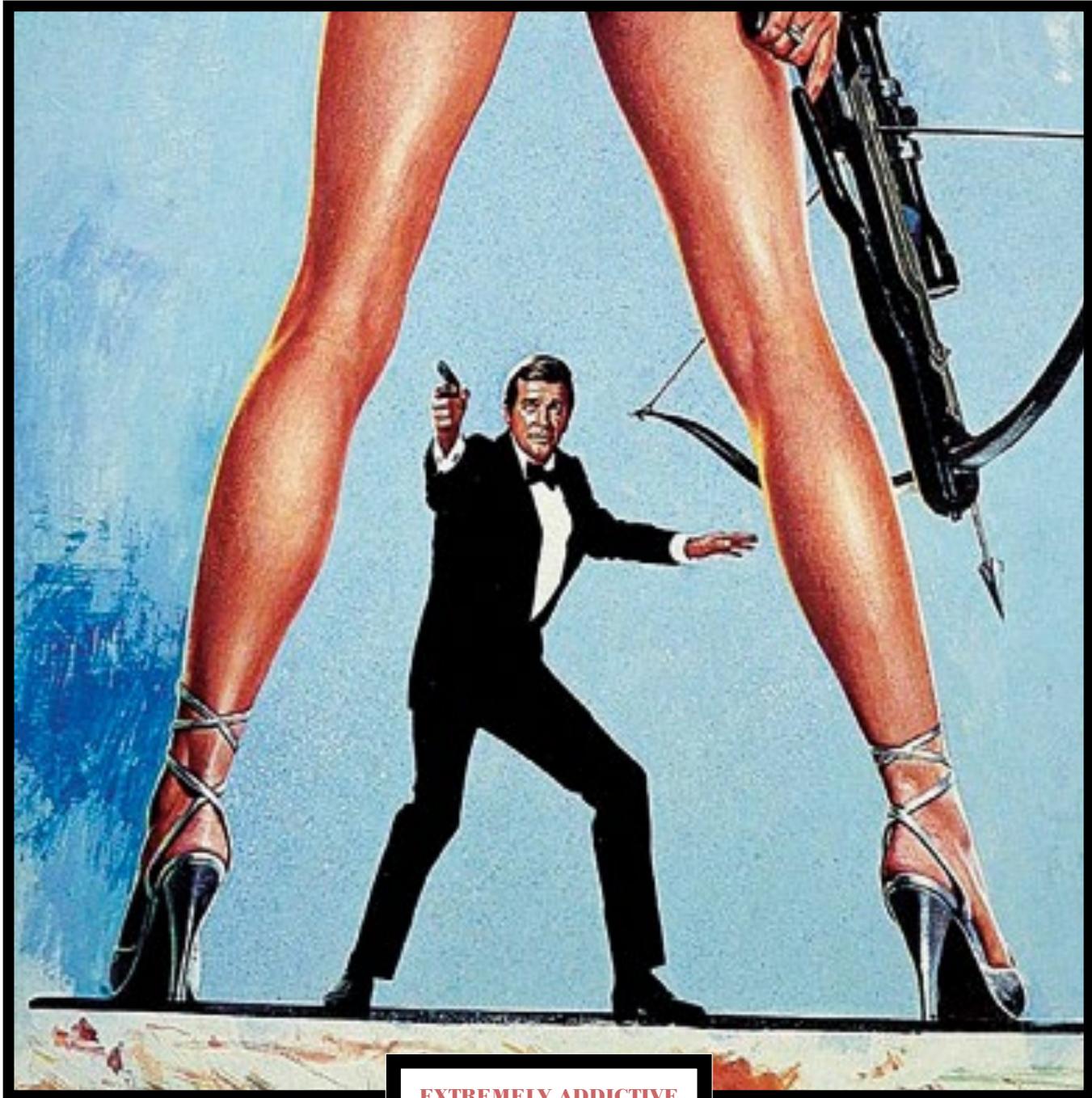
M A G A Z I N E

BACK TO SCHOOL

RIPRESA MODO D'USO

MODA 2021/22 - LE NUOVE TENDENZE DELL'OROLOGIO E I BELLISSIMI MECCANISMI L'ALTA GIOIELLERIA HA PRESENTATO LE SUE COLLEZIONI RENDENDO UN BELLISSIMO OMAGGIO ALLA NATURA

TIFFANY & CO, L'APICE DEL GLAMOUR - ROLLS-ROYCE X BOVET 1822 - HERMÈS, FINO ALLA PUNTA DELLE DITA...
GADGET INTELLIGENTI - KOLORI & EXKLUSIVITÀ ! - GLI OROLOGI DI ANDY - SESTO SENSO CARTIER - BULGARI



N° 30 - AUTUNNO 2021 - CHF 8.50

EXTREMELY ADDICTIVE

LUGANO - LOCARNO - ARONA/STRESA - PONTE TRESA - ISOLE BORROMEO - CERNOBBIO - COMO

www.cote-magazine.ch



OYSTER PERPETUAL

Als erste Armbanduhr, die ihr Perpetual-Uhrwerk durch ein wasserdichtes Gehäuse schützte, ist die Oyster Perpetual der Schlüssel zur Legende der Oyster Uhren. Sie ist und bleibt der Inbegriff eines zeitlosen Klassikers und präsentiert sich heute mit einer reichen Auswahl an neuen Zifferblättern in verschiedenen Farben und Ausführungen.

#Perpetual

BUCHERER
1888

bucherer.com



OYSTER PERPETUAL 31



Il mondo di domani...

Ricordo quando tutto si fermò, ristoranti, bar, discoteche, aerei a terra, negozi chiusi, teatri, cinema, musei...

Credenti o no, ho l'impressione che eravamo così spaventati che eravamo pronti a fare qualsiasi cosa, anche se questo significava implorare D., il Gran Mufti, Vishnu, l'architetto dell'universo o sua madre, per farci uscire da questo inferno! Era come se, dimostrandogli che eravamo capaci di diventare migliori, alla fine ci avrebbe fatto uscire da lì. E quando dico che «eravamo pronti a tutto», era davvero tutto... abbiamo iniziato ad applaudire medici e infermieri, a congratularci con i cassieri, a parlare con i fattorini, a ringraziare gli spazzini, a fare la spesa per i vicini.

Si parlava solo del mondo dopo, un mondo diverso, inevitabilmente migliore, più giusto, meno consumista, un mondo in cui l'ultimo libro del Dalai Lama stampato su carta fatta di peli di capra riciclati avrebbe avuto più valore di un iPhone 17. Un mondo di pochi, più concentrato sull'essenziale, un mondo dove facciamo meno ma ci amiamo di più.

Un mondo in cui il PIL misurerebbe la Pace Interna Lorda, il cui l'indice non sarebbe altro che la somma della felicità condivisa da tutti gli esseri viventi del pianeta terra. E poi, beh, abbiamo trovato un vaccino e da allora tutto è andato avanti un po' come se stessimo dicendo a Dio: «lascia stare, l'abbiamo trovato», torneremo invece all'attività normale.

Niente più buoni propositi, lasciamo perdere tutto e fregiamocene. Fate saltare gli schiuma party, coca e puttane a Ibiza o niente. Niente più domande sul prossimo mondo, niente più soluzioni alternative e strade secondarie, niente più solidarietà e apertura agli altri. Vogliamo solo assicurarci che gli uiguri facciano allenatori di qualità migliore dei bambini del Bangladesh. Non ci interessa il cambiamento climatico, vogliamo solo sapere quanto tempo ci vorrà per fare surf in Groenlandia. L'unica domanda che anima il dibattito politico è se dzzobbiamo annegare i migranti prima o dopo che entrano in uno zodiaco? Chi se ne frega del resto? Non sono superstizioso o mistico, ma ci sono giorni in cui finisco per chiedermi se l'umanità non meriti di lasciare il suo posto ai virus. La velocità con cui siamo passati da «qual è la tua ricetta di pane equo e solidale» a «quando apre H&M» è sbalorditiva. A questo livello, non è più resilienza, è rassegnazione.

Come possiamo sperare di costruire un mondo che volti le spalle agli errori del passato quando tutto quello che vogliamo fare è rifarli, voltare le spalle alla speranza di un futuro migliore? Sì, lo so che è bello come un discorso di Miss Universo, ma sinceramente, in un momento in cui le menti vengono hanounizzate, penso che dovremmo cercare di mantenere la semplicità.

-/I remember when everything came to a halt, restaurants, bars, discos, grounded planes, closed stores, theaters, cinemas, museums...

Believers or not, I got the impression that we were all so scared that we were willing to do anything, even if it meant begging G., the great mufti, Vishnu, the architect of the universe or his mother, to get us out of this hell! It was as if, by proving to him that we were capable of becoming better, he would eventually get us out of there. And when I say that «we were willing to do anything», I mean anything... we started to applaud the caregivers, to congratulate the cashiers, to talk to the delivery men, to thank the garbage collectors, we went shopping for the neighbors.

All we could talk about was the world after, a different one, inevitably better, fairer, less consumerist, a world in which the latest book by the Dalai Lama printed on paper made of recycled goat hair would be more valuable than an iPhone 17. A world of fewer possessions, more focused on the essential, a world where we would do less but love each other more. A world in which the GDP would measure the Gross Domestic Peace whose index would be none other than the sum of the happiness shared by all the living beings on Earth. And then, well... we found a vaccine and since then, everything has been going on as if we were saying to God, «don't bother, we've found it», we'll go back to business as usual. No more good resolutions, we let go of everything, we didn't care. Let's blow up the foam parties, it's coke and whores in Ibiza or nothing! No more talk about the next world, no more alternative solutions and byways, no more solidarity and openness to others. We just want to make sure that the Uyghurs make better quality sneakers than the children of Bangladesh. We don't care about climate change, we just want to know how long it will take to surf in Greenland. The only question that stirs up the political debate is whether we should drown the migrants before or after they get into a zodiac? Who cares about the rest? I'm neither superstitious nor mystical, but there are days when I end up wondering if humanity doesn't deserve to leave its place to viruses.

The speed at which we went from «what's your fair trade bread recipe?» to «when does H&M open?» is mind-boggling. It is no longer resilience at this point, but resignation. How can we hope to build a world that turns its back on the mistakes of the past when all we rush to do is make them again, to definitively turn away from any hope for a better future? Yes, I know, it's as beautiful as a Miss Universe speech, but sincerely, at the time of the « Hanounization » of the minds, I believe that we should try to make it simple.





Nesting, buono per la salute

-/ NESTING, GOOD FOR YOUR HEALTH

Perché il nesting è di moda? Questa tendenza a non fare nulla e a rimanere a casa è diventata molto popolare. E fa bene! Ecco alcune spiegazioni.

Il nesting, in italiano, «fare il nido», è di gran moda. In breve, si tratta di rimanere a casa durante il fine settimana per riposare e prendersi un po' di tempo libero. Quali sono i vantaggi?

Qual è lo scopo del nesting?

Qualche anno fa, era necessario uscire a tutti i costi a numerose mostre, musei o feste ogni sabato per essere visti come qualcuno che era alla moda, socievole, dinamico e colto... È finita! Le cose sono cambiate, e si può ampiamente affermare di non aver fatto nulla nel fine settimana. Niente di niente? Assolutamente! Ed è alla moda.

Nesting, precedentemente noto come cocooning o hygge in Danimarca, consiste nel rimanere a casa. Intendiamoci, non significa starsene seduti a mangiare gelati e guardare programmi televisivi... Ma piuttosto passare del tempo a rilassarsi a casa, per rifocalizzarsi, per godersi la propria casa. Le nostre vite sono stressanti, lavoriamo fuori casa tutta la settimana, quindi nel fine settimana dobbiamo sapere riposarsi!

Il nesting fa bene alla salute

Intervistato qualche mese fa dal quotidiano spagnolo El País, il dottor Vicente Saavedra, medico di Barcellona, spiega che il corpo umano, le cellule e gli organi «hanno bisogno di riposo per rigenerarsi». Infatti, lo stress porta alla formazione di un ormone chiamato cortisolo. Prodotto per troppo tempo o in quantità troppo grandi, il cortisolo danneggia la salute generale e provoca effetti collaterali: obesità, pressione alta, acidità di stomaco, stanchezza, diminuzione delle difese immunitarie, ecc.

Tuttavia, è stato dimostrato in questo stesso studio che stare a casa e praticare attività tranquille come la lettura, il giardinaggio (in giardino o sul balcone), il cucito, il bricolage, il sonnellino, la cucina e soprattutto la panificazione, aiuta ad abbassare il livello di questo ormone. Come abbiamo detto, fa bene alla salute!

Restare a casa per prendersi cura di se stessi e della propria famiglia

Corriamo così tanto durante la settimana che abbiamo bisogno di rifocalizzarci e prenderci cura di noi stessi a casa. Non è una pausa dalla vita sociale, né una pigrizia di uscire (un po' a volte, è vero), ma è una necessità che è diventata quasi vitale per riprendersi dallo stress, dall'insicurezza ambientale, dalle cattive notizie di cui ci nutriamo ogni giorno aprendo un giornale o accendendo la TV, la radio o consultando le reti sociali.

A casa, siamo con coloro che amiamo (in linea di principio). In coppia o in famiglia, è bene riunirsi, condividere del tempo di qualità, lontano da cene o discoteche. Ascoltiamo il più giovane raccontare le sue piccole preoccupazioni, armeghiamo con il più grande, coccoliamo il nostro coniuge! Sì, abbiamo tutti bisogno della dolcezza di casa!

-/ Why is nesting all the rage? The trend which consists of doing nothing and staying at home is now being claimed. And healthy, too! Explanations.

Nesting is fashionable. In a nutshell, it involves staying at home on weekends to rest and take time out to relax. What are its benefits?

Nesting, what is it for?

A few years ago, it was imperative to go on numerous outings, exhibitions, museums or parties every Saturday to look trendy, sociable, dynamic, educated... It's all over now! Things have changed, one can proudly claim not having done anything all weekend. Nothing at all? Absolutely nothing. Plus, it's in vogue.

Nesting, formerly called cocooning or hygge in Denmark, is about staying at home. Beware, it's not either to remain wallowing eating ice cream while watching TV shows... Although... But rather, it means spending time resting at home, refocusing, enjoying one's interior. Our lives are stressful, we work away from home all week long, so on the weekends, we have to know how to settle down!

Nesting is good for your health

Interviewed a few months ago in the Spanish daily El País, Dr. Vicente Saavedra, a doctor in Barcelona, explains that the human body, cells and organs «need rest in order to regenerate». Indeed, stress leads to the formation of a hormone called cortisol. Produced for too long or in too large a quantity, cortisol will harm general health and cause side effects: obesity, hypertension, acidity in the stomach, fatigue, lowered immune defences, etc.

However, it has been shown in the same study that staying at home and practicing quiet activities such as reading, gardening (in the garden or on your balcony), sewing, tinkering, napping, cooking and especially baking, contributes to lowering the level of this hormone. We told you, it's good for your health!

Staying home to take care of yourself and your family

You run so much during the week that you need to refocus and take care of yourself at home. It's neither a break from social life, nor a laziness to go out (a little bit sometimes, it's true), but it's a need that has become almost vital to protect oneself from stress, from the ambient insecurity, from the bad news that one is fed every day when opening a newspaper or turning on the TV, the radio or consulting social networks.

At home, you are amongst those you love (in principle). As a couple or as a family, it's good to get together, to share quality time away from dinners or clubbing. We listen to the youngest tell us about their little worries, we tinker with the older one, we cuddle our spouse! Yes, we all need the warmth of a home!

Basta una chiamata. È questo che conta.

Che si tratti di investimenti sostenibili, portafogli d'investimento globali o crediti strutturati, il nostro team Premium Clients si prende cura dei clienti con esigenze elevate e necessità complesse.

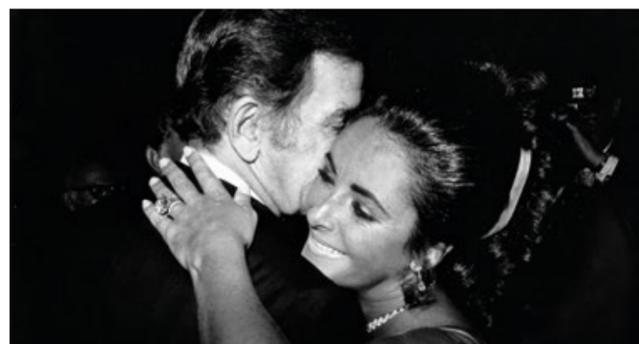
credit-suisse.com/premiumclients

Migliore
banca per
UHNWI*

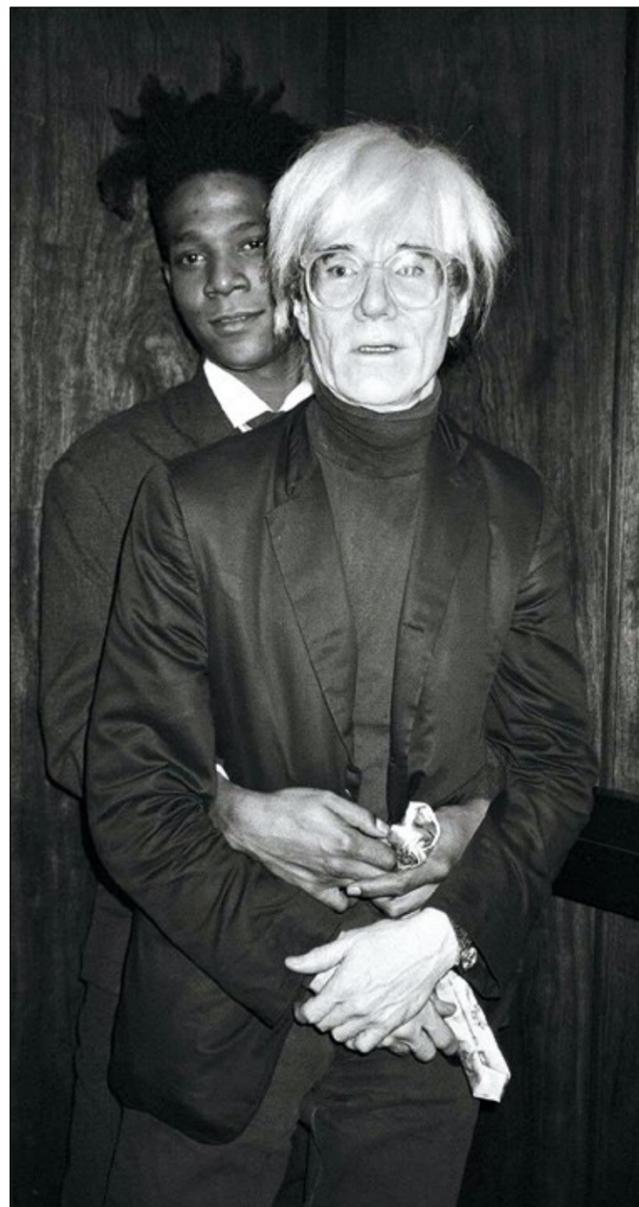
*In base al risultato dell'Euromoney Private Banking and Wealth Management Survey 2021

COTE

M A G A Z I N E



Elizabeth Taylor e Richard Burton. Originariamente conosciuto come il Diamante Krupp, Richard ha dato il diamante di 33,19 carati a Liz quattro anni dopo il loro primo matrimonio, portandolo a essere rinominato il Diamante Taylor.



Jean-Michel Basquiat e Andy Warhol al Rockefeller Center, 19 settembre 1985.
(© Fondazione Andy Warhol per le arti visive)

| | |
|---|----|
| EDITO : IL MONDO DI DOMANI... | 04 |
| TOCADE : NESTING, BUONO PER LA SALUTE | 06 |
| ZOOM : TIFFANY & CO, L'APICE DEL GLAMOUR | 12 |

POST-SCRIPTUM 13

| | |
|-----------------|----|
| BASQUIAT | 14 |
| LIBRI | 16 |

TENDENZE 17

| | |
|--|----|
| ROLLS-ROYCE X BOVET 1822 | 18 |
| HERMÈS , FINO ALLA PUNTA DELLE DITA... | 20 |
| UNA NUOVA STAGIONE IN ARRIVO ! | 21 |
| HERMÈS , COLLEZIONE PER LA CASA 2021-2022 | 22 |
| GADGET INTELLIGENTI | 24 |

FACE TO FACE 25

| | |
|----------------------|----|
| ZANDRA RHODES | 26 |
|----------------------|----|

OROLOGERIA 29

| | |
|----------------------------------|----|
| GLI OROLOGI DI ANDY | 30 |
| IL FUTURO È IL PASSATO | 32 |
| L'OROLOGIO DEL DJ | 34 |
| I 220 ANNI DEL TOURBILLON | 36 |

FINE JEWELLRY 43

| | |
|-----------------------------|----|
| 6E SENSO CARTIER | 46 |
| BULGARI | 54 |
| UNA COLLAB' DA SOGNO | 58 |
| UN' ODE ALLA NATURA | 64 |

LOOKBOOK 69

LA NOSTRA ANALISI IMPERDIBILE DELLE TENDENZE

URBAN, NOTRE CITY GUIDE 83

APPUNTAMENTI E INDIRIZZI PER UN INTRATTENIMENTO INTELLIGENTE

RICHARD MILLE



CALIBRE RM 72-01

BOUTIQUE RICHARD MILLE
SUISSE

COTE

OURS
MAGAZINE

EDITORE

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

**REDATRICE IN CAPO
DIRETTORE ARTISTICO - COLATA E PRODUZIONE**
Caroline Schwartz / c.schwartz@cote-magazine.ch

DIRETTORE DELLA REDAZIONE
Hervé Borne / h.borne@cote-magazine.ch
Raphaël Klemm / r.klemm@cote-magazine.ch

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

DIRETTORE DELLA PUBBLICAZIONE
Linda Cohen / l.cohen@cote-magazine.ch

PUBBLICAZIONE SUL WEB

Caroline Schwartz
Virginie Vivès

FOTOGRAFI
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, Beatriz de Pury / pao@cote-magazine.ch

RESPONSABILE PRODUZIONE - CONTROLLO QUALITÀ
Régis Chamberlin / r.chamberlin@chamberlinprod.com

PUBBLICITÀ

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

LUGANO
Gea Aprile / gea@cote-magazine.ch

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

EVENTS

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

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

TRADUZIONE : Lucia Zonno, Raphaël Klemm

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

Abonnements : info@cote-magazine.ch



@cotemagazineswitzerland

www.cote-magazine.ch

LES ÉDITIONS COTE MAGAZINE SUISSE

Sede centrale : 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
Francese/Inglese
Otto edizioni all'anno

COTE MAGAZINE LUGANO
Italiano/Inglese
Quattro edizioni all'anno

COTE MAGAZINE ZÜRICH
Tedesco/Inglese
Sei edizioni all'anno

La riproduzione, anche parziale, degli articoli e delle illustrazioni pubblicate su COTE Magazine è vietata.
Lista di distribuzione per la Svizzera francese, la Svizzera tedesca e il Ticino su richiesta.

Partnership di trasmissione con CANONICA e la lounge VIP dell'aeroporto di Ginevra - Salon Skyview e Salon Aspire - Swissport.
COTE beneficia di una partnership di distribuzione esclusiva con la Fondation pour Genève e l'associazione Les Clefs d'Or Genève.

COTE Magazine «Inflight» è distribuito su tutti i voli della Swiss Airlines
in Prima e in Business Class.



**L'UNICA RIVISTA CERTIFICATA
VINTA NEL 2019**

TIRATURA CERTIFICATA IL 02/07/2019
PERIODO DAL 1° APRILE 18 AL 31 MARZO
2019. 19'751 COPIE PER NUMERO.
TIRATURA: 24.000 COPIE
ANALYSE MÉDIA DES CADRES DIRIGEANTS
TOP LEADER

CHOSEN BY THE BEST



Tiffany & Co, l'apice del glamour

-/ GLAMOUR AT ITS PEAK

Il gioielliere americano ha fatto un annuncio notevole per l'inizio della stagione 2021. Una campagna sul tema dell'amore con Beyoncé e Jay-Z come guest star. Senza precedenti sotto molti aspetti..

Il suo titolo «About Love» dice tutto. Mentre la coppia iconica Beyoncé e Jay-Z esplorano l'attaccamento e la vulnerabilità, stanno in un certo senso esponendo la loro propria splendente storia d'amore. Questa campagna è bella, toccante e segnala una nuova identità per Tiffany & Co. illustrando la sua definizione dell'amore: «Il diamante che i gioielli e l'arte decorano».

«About Love» è anche una grande prima volta su diversi livelli.

Nel 2021, questa campagna rappresenta la prima pubblicità di Tiffany & Co. dalla sua acquisizione da parte del gruppo LVMH. Ma non è tutto...

Beyoncé e Jay-Z sono riuniti per la prima volta in una campagna. Alexandre Arnault, vicepresidente esecutivo di Products & Communications, è entusiasta: «Sono l'espressione stessa di una moderna storia d'amore (...), e non avremmo potuto desiderare una coppia iconica migliore per esprimere i valori di Tiffany & Co.»

Lo sfondo di «About Love» è l'opera Equals Pi di Jean-Michel Basquiat, appesa nel salotto della Orum House di Los Angeles. Conservato in una collezione privata, questa è la sua prima apparizione pubblica.

Fa la sua prima apparizione in una campagna anche il diamante Tiffany da 128,54 carati e 82 facce. Indossato da Beyoncé, è una delle principali gemme scoperte nel XIX secolo. Estratto nel 1877 dalle miniere di Kimberley in Africa, Charles Lewis Tiffany, fondatore della compagnia, lo acquistò nel 1878. «About Love», un grande film che ha scelto una grande melodia per accompagnare la coppia.



«Moon River», reso famoso in «Colazione da Tiffany», e coperto qui per la prima volta da Beyoncé davanti alla telecamera Super-8 di Jay-Z.

Il film sarà lanciato a livello globale il 2 settembre, e sarà presentato su tiffany.com il 15 settembre, quando sarà trasmesso nei media di tutto il mondo. Ed è tutto per una buona causa: Tiffany & Co, nota per il suo sostegno alle comunità sottorappresentate, sta creando per l'occasione un fondo di 2 milioni di dollari per borse di studio e stage nelle Historically Black Colleges and Universities (HBCUs).

-/ The American jeweler has made a remarkable announcement for the fall of 2021. A campaign on the theme of love with, as guest-stars, Beyoncé and Jay-Z.

Unprecedented in many respects

-/ Its title «About Love» says it all. If the mythical couple Beyoncé and Jay-Z explores their attachment and vulnerability here, they are in a way bringing their own resplendent love story to light. This campaign is beautiful, touching and marks a new identity for Tiffany & Co. while illustrating its definition of love: «The diamond that jewelry and art adorn».

«About Love» is also a big first on many levels.

In this fall of 2021, this campaign represents the first ad by Tiffany & Co. since its acquisition by the LVMH group. But there's more... Beyoncé and Jay-Z find themselves together for the first time as poster artists for a campaign. Alexandre Arnault, Executive Vice President of Products & Communications, is delighted: «They are the very expression

of a modern love story (...), and we couldn't have asked for a better iconic couple to express the values of Tiffany & Co.»

The backdrop for «About Love» is Jean-Michel Basquiat's Equals Pi, which hangs in the living room of the Orum House in Los Angeles. Held in a private collection, this is its first public appearance.

Also making its first appearance in a campaign is the 128.54-carat, 82-facet

Tiffany Diamond. Worn by Beyoncé, it is one of the main jewels discovered in the 19th century. Extracted in 1877 from the Kimberley mines in Africa, Charles Lewis Tiffany, founder of the house, acquired it in 1878. «About Love», a great movie that chose a great melody to accompany the couple. «Moon River», made famous in «Breakfast at Tiffany's», and covered here for the first time by Beyoncé in front of Jay-Z's Super-8 camera.

Launching globally on September 2, the film will be featured on tiffany.com on September 15 and will then be broadcast across the world's media. And it's all for a good cause: Tiffany & Co., known for its support of underrepresented communities, is creating a \$2 million fund for scholarships and internships at Historically Black Colleges and Universities (HBCUs) for this occasion.



COTE MAGAZINE POST-SCRIPTUM

BASQUIAT - LIBRI

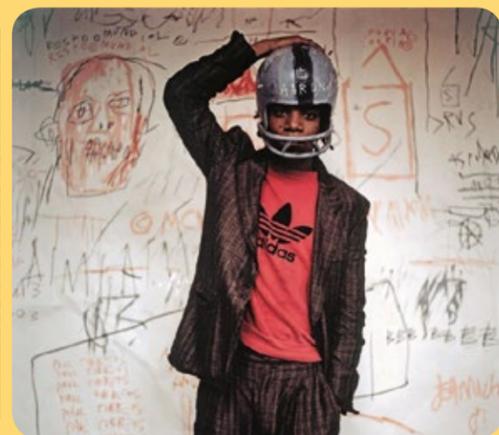


Il gruppo rock psichedelico di San Francisco Jefferson Airplane - 1967. Jefferson Airplane è lo slang che indica l'uso di un fiammifero usato per tenere uno spinello di marijuana quando è diventato troppo corto, per non bruciarsi le dita. Una leggenda metropolitana sostiene che questa è l'origine del nome della band.

BASQUIAT

Abbiamo fatto il giro di tutta l'opera di Jean-Michel Basquiat? Il pioniere del movimento underground viene svelato in una mostra eccezionale a New York prevista per la prossima primavera e organizzata dalla famiglia dell'artista. Dettagli di un evento molto atteso..

-/ Have we covered all of Jean-Michel Basquiat's work? The pioneer of the underground movement is unveiled in an exceptional New York exhibition scheduled for next spring and initiated by the artist's family. Preview of a highly anticipated event.



Più di 200 opere inedite o raramente viste di Jean-Michel Basquiat saranno esposte la prossima primavera a New York. Anche se la data non è ancora stata fissata, la mostra avrà luogo nel quartiere alla moda di Chelsea, nel mitico Starrett-Lehigh Building. Ciò che rende questo evento così eccezionale è che, per la prima volta dalla morte dell'artista nel 1988, la famiglia Basquiat ha accettato di rilasciare una vasta collezione di opere esclusive dai suoi archivi per alimentare la mostra.

-/ Over 200 unpublished or rarely revealed works by Jean-Michel Basquiat will be exhibited next spring in New York. If the date has not yet been set, we know that it is in the trendy neighborhood of Chelsea, at the mythical Starrett-Lehigh Building, that the meeting will take place. What makes this event so exceptional is that for the first time since the artist's death in 1988, the Basquiat family has agreed to release a vast collection of exclusive works from their archives to feed the exhibition.

Intitolata King Pleasure, in riferimento ad una delle opere dell'artista, la mostra non sarà solo un labirinto di dipinti che si susseguono. La famiglia Basquiat sta lavorando da diversi mesi ad un'esperienza immersiva in cui si mescolano opere plastiche, disegni, presentazioni multimediali, collezioni di scritti e stampe del pittore americano e molti altri tesori.

Entitled King Pleasure, in reference to one of the artist's works, the exhibition will not be a mere layered succession of paintings. The Basquiat family has been working for a few months on an immersive experience involving plastic works, drawings, multimedia presentations, collections of the American painter's writings and prints and many other treasures.

È stato durante il lockdown che le sorelle di Jean-Michel Basquiat hanno avuto l'idea di questo evento. Lisane Basquiat e Jeanine Heriveaux, che si occupano del patrimonio del fratello, vogliono offrire al mondo l'opportunità di vedere le opere più rare dell'artista. Basquiat è un universo della cultura pop che si è nutrito dei suoi contemporanei, della musica, della letteratura e della ricchezza della comunità nera negli Stati Uniti.

It was during the lockdown that Jean-Michel Basquiat's sisters came up with the idea for this event. Lisane Basquiat and Jeanine Heriveaux, in charge of their brother's estate, want to offer the world the opportunity to see the artist's rarest works. Basquiat is a pop culture universe that has been nourished by his contemporaries, music, literature and the richness of the black community in the United States.

Con la collaborazione di coloro che hanno vissuto più vicino al pioniere del movimento underground, la mostra mostrerà sfaccettature inedite della vita privata di Basquiat. «Solo noi possiamo fornire il contesto più ampio delle sue radici culturali e familiari, e come queste hanno giocato nella narrazione della sua arte». I dettagli sul percorso della mostra, i laboratori immersivi e le opere specifiche che saranno esposte devono ancora essere annunciati, ma l'evento sta già generando buzz negli Stati Uniti e in tutto il mondo.

With the collaboration of those who lived closest to the pioneer of the underground movement, the exhibition will show facets of Basquiat's private life that have never been revealed. «Only we can provide the broader context of his cultural and family roots, and how these influenced the narrative of his art.» Details on the exhibition's route, immersive workshops, as well as the specific works that will be on display are yet to be announced, but the event already goes viral in the United States as well as around the world.

CLARINS

rendre la vie plus belle



LA POTENZA
DEL DOUBLE
SERUM
ORA ANCHE
PER IL
CONTORNO
OCCHI

Dopo
7 giorni
lo sguardo
appare
più giovane*

CLARINS
PARIS
Double Serum
[Hydr lipidic System]

Eye

Traitement Yeux Anti-Âge Intensif
Global Age Control Concentrate

Innovazione Double Serum Eye

Trattamento intensivo anti-età per gli occhi

Innovazione: una doppia formula unica, al 96% di origine vegetale, arricchita con 13 estratti vegetali, fra cui gli efficaci estratti di cerfoglio selvatico bio e curcuma, per dare impulso alle 5 funzioni essenziali della pelle, agendo sui segni del tempo.

*Test di soddisfazione - campione multietnico - 7 giorni, 375 donne.

LIBRI

Ogni anno, la nuova stagione letteraria è l'evento principale nel mondo della letteratura. 521 romanzi gareggeranno, tornando al suo livello pre-Covid. L'anno scorso, gli editori hanno fatto affidamento ai valori sicuri e ai bestseller. Quest'anno, la nuova stagione è più equilibrata tra sicurezza e diversità.

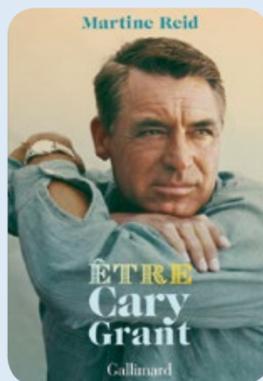
-/ Every year, the back-to-school literary season is the main event of the literary world. 521 novels will compete, a pre-Covid level. Last year, the publishers had bet on safe values and best-sellers. This year, the new season is more balanced between security and diversity.



« PREMIER SANG »
Amélie Nothomb
Albin Michel

«La rabbia di sopravvivere non deve essere sottovalutata». In questo romanzo, Nathalie Nothomb condivide la storia di suo padre, una storia che ci porta oltre la natura stessa della memoria e della morte imminente. Ci trasporta in un mondo di parole dove sono richieste forza e perseveranza. Partiamo a la scoperta di questa rabbia per la vita che ci guida tutti, la rabbia che si risveglia un giorno e contro la quale non possiamo fare nulla.

-/ « One should not underestimate the rage to survive. » Nathalie Nothomb shares in this novel the story of her father, a story that takes us beyond the very nature of memory and impending death. She takes us into a world of words where strength and perseverance are required. We discover the rage to live that animates us all, the one that wakes up one day and is beyond our control.



« ÊTRE CARY GRANT »
Martine Reid
Gallimard

In questo avvincente saggio, «Being Cary Grant», Martine Reid esamina la spietata creazione di un mito del cinema americano. Negli anni '20, quando Archie Leach firmò il suo contratto con la Paramount per diventare Cary Grant, deve rinunciare a tutto quello che era stato prima: un acrobata, un accompagnatore a New York, un ragazzo di Bristol. Chirurgia estetica, lezioni di eleganza e la dissimulazione di qualsiasi orientamento sessuale contrario al decoro dell'epoca. A Beverly Hills, Cary condivide una villa con l'attore Randolph Scott, ma gli studios orchestrano uscite con le dive più carine della città... l'autore rivela lo specchio bifronte di un mondo che ingrandisce gli esseri e divora la loro individualità. Che gusto possono avere la fama e la fortuna se ti privano di te stesso?

-/ In this gripping essay, «Being Cary Grant», Martine Reid examines the ruthless fabrication of an American movie icon. In the 1920s, when Archie Leach signed his contract with Paramount to become Cary Grant, he had to give up everything he had been before: an acrobat, a male escort in New York, a kid from Bristol. He underwent plastic surgery, took lessons in elegance and had to conceal any sexual orientation that was contrary to the decorum of the time. In Beverly Hills, Cary shares a villa with the actor Randolph Scott, but the studios organize outings with the city's prettiest divas... The author reveals the two-faced mirror of a world that magnifies beings while devouring their individuality. What can fame and fortune be worth, if they rob you from yourself?



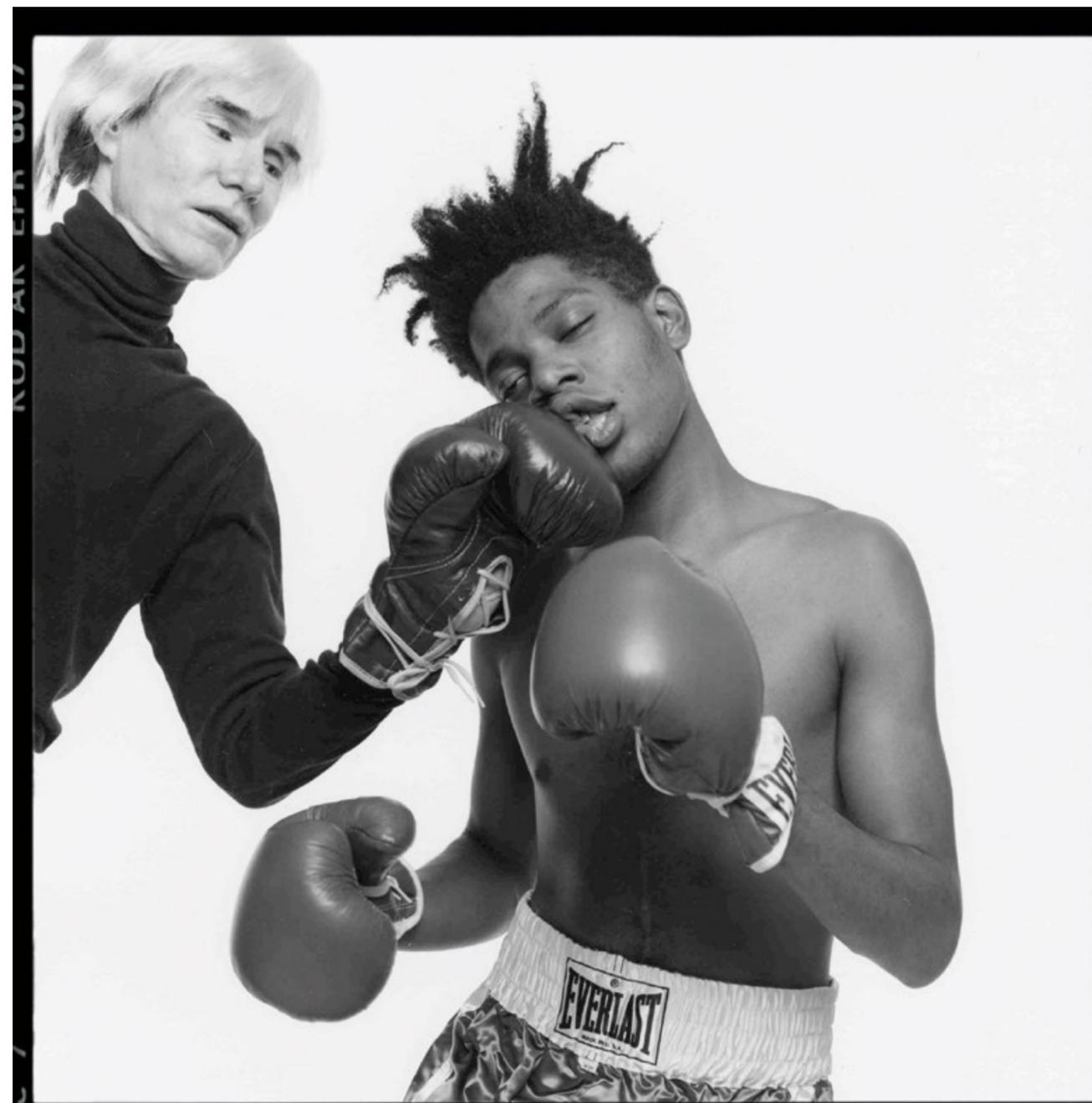
L'INCONNUE DE LA SEINE
Guillaume Musso
Calmann-Lévy

Guillaume Musso è stato ispirato a scrivere questo libro quando si è ricordato di un fatto di cronaca del XIX secolo. Una giovane donna sconosciuta, ripescata dalla Senna, ha avuto il suo volto trasformato in una maschera di morte e duplicato in migliaia di copie. L'autore francese più letto offre una variazione moderna su questo tema - tranne che questa volta la donna sconosciuta è viva. Con una trama all'incrocio di generi per cui ha il segreto, Guillaume Musso promette di affascinarci ancora una volta.

-/ Guillaume Musso was inspired to write this book by recalling a news item from the 19th century. An unknown young woman, fished out of the river Seine, had her face turned into a death mask and duplicated in thousands of copies. The most widely read French author offers us a modern variation on this theme - except that this time, the unknown woman is alive. With an intrigue at the crossroads of genres that he is famous for, Guillaume Musso promises to captivate us once again.

COTE MAGAZINE TENDENZE

ROLLS ROYCE X BOVET 1822 - HERMÈS FINO ALLA PUNTA DELLE DITA
UNA NUOVA STAGIONE IN ARRIVO ! - HERMÈS COLLEZIONE PER LA CASA - GADGET INTELLIGENTI



Il gruppo rock psichedelico di San Francisco Jefferson Airplane - 1967. Jefferson Airplane è lo slang che indica l'uso di un fiammifero usato per tenere uno spinello di marijuana quando è diventato troppo corto, per non bruciarsi le dita. Una leggenda metropolitana sostiene che questa è l'origine del nome della band.

ROLLS-ROYCE X BOVET 1822

Rolls-Royce è riuscita a battere Bugatti! Si dice che il suo unico Boat Tail sia ancora più costoso della Black Car. Il venerabile costruttore britannico vuole riportare in primo piano l'arte della carrozzeria speciale con la sua piattaforma tecnica ottimizzata e modulabile.

-/ Rolls-Royce managed to beat Bugatti! Its unique Boat Tail is rumored to be even more expensive than The Black Car. The venerable British manufacturer wants to bring back the art of special bodywork with its optimized and modular technical platform.



Agli albori dell'automobile, la gente comprava il suo telaio da un produttore e lo faceva vestire da un carrozziere, un'azienda specializzata in questo campo. A quel tempo, non esistevano le auto pronte all'uso o quelle prodotte in serie. Guidare un veicolo a motore, soprattutto su quattro ruote, era un lusso riservato ai più privilegiati, che facevano a gara di stravaganza. Rolls-Royce, in cima alla gerarchia automobilistica da quel momento, intende far rivivere questa tradizione di modelli unici. La Boat Tail è un esempio perfetto, si dice che sia l'auto più costosa del mondo, con un prezzo di 20 milioni di sterline tasse escluse.



-/ At the dawn of the automobile, one bought a chassis from a manufacturer and had it dressed by a coachbuilder, a company specializing in the field. At that time, there was no such thing as ready-made or mass-produced cars. Driving a motorized vehicle, especially on four wheels, was a luxury reserved for the most privileged, who competed in extravagance in their demands. Rolls-Royce, at the top of the automotive hierarchy since that time, intends to revive this tradition of unique models. The Boat Tail is a perfect example, rumored to be the most expensive car in the world at £20 million before tax.

La Rolls-Royce Boat Tail non è solo esclusività, ma anche opulenza. Questo cabriolet, ispirato ai codici estetici degli yacht, non fa le cose a metà: il suo baule speciale integra tutto il necessario per un picnic elegante, dall'argenteria Christofle agli ombrelloni, sgabelli e frigoriferi.



With the Rolls-Royce Boat Tail, we are not only talking about exclusivity, but also opulence. This convertible inspired by the aesthetic codes of yachts does not do things in half measures: its special trunk integrates everything you need for a stylish picnic, from Christofle silverware to parasols, stools and fridges.

OROLOGERIA A BORDO

E per accompagnare questo veicolo di lusso come dovrebbe essere, è la società svizzera Bovet 1822 che è responsabile dell'orologeria di bordo. Questo progetto piuttosto folle è nato dall'immaginazione e dal desiderio di un collezionista di Rolls-Royce e Bovet. Grazie a lui, presumibilmente commissionato da Jay-Z e Beyoncé, è stato possibile allestire e produrre una Rolls-Royce su misura e due orologi Bovet unici fatti l'uno per l'altro: il primo per sé, il secondo per



WATCHMAKING ON BOARD

And to accompany this luxury vehicle as it should be, the Swiss company Bovet 1822 is in charge of the on-board watchmaking. This crazy project was born from the imagination and desire of a Rolls-Royce and Bovet collector. Thanks to him, and presumably Jay-Z and Beyoncé, it was possible to set up and produce a custom Rolls-Royce and two unique Bovet timepieces made for each other: the first one for himself, the second for his wife. Three years of work led the two brands to

sua moglie. Tre anni di lavoro hanno portato i due marchi a realizzare qualcosa che non era mai stato fatto prima in nessun settore. Per la prima volta in assoluto, due orologi con tourbillon sono stati progettati e sviluppati in parallelo alla produzione di un modello Rolls-Royce su misura.

Ricordiamo l'orologio tourbillon di Breitling per la Bentley Bentaya, ma non era "trasformabile". Con il suo sistema brevettato Amadeo, questi orologi possono essere utilizzati come un orologio da polso, un orologio da tasca o pendente, un orologio da tavolo o addirittura... un orologio da cruscotto! Poiché questi orologi devono essere integrati in un cruscotto e quindi essere considerati come componenti del veicolo, il processo di sviluppo ha dovuto essere completamente ripensato.



Inoltre, un cassetto speciale, progettato nella stessa pelle dei sedili del Boat Tail, è stato anche progettato per contenere gli orologi, gli elementi di fissaggio, la catena e la collana quando non sono in uso. Questo cassetto può anche essere inserito nel cruscotto, dove tiene e assicura tutti gli oggetti discretamente.

Questi due originali orologi con tourbillon, uno per lui e uno per lei, presentano una nuovissima cassa in oro bianco da 44 mm, movimenti a tourbillon e quadranti speciali su ogni lato. Dotati del già citato sistema Amadeo, questi orologi sono reversibili e possono essere cambiati senza bisogno di attrezzi.

Il modello da uomo ha una finitura lucida, mentre la versione da donna è decorata con incisioni in cui è stata inserita una vernice blu. Entrambi sono stati interamente progettati nel laboratorio di Bovet.

Il loro quadrante anteriore include un intarsio fatto a mano, esattamente lo stesso legno usato per il Boat Tail, e il nome di ogni proprietario.



accomplish what had never been done before in any sector: for the very first time, two tourbillon timepieces were designed and developed in parallel with the production of a custom Rolls-Royce model.

We remember Breitling's tourbillon watch for the Bentley Bentaya, but it was not «transformable». With their patented Amadeo system, these timepieces can be used as wristwatches, pocket watches or pendants, table clocks or even... dashboard clocks! Since these watches have to be integrated into a dashboard and thus be considered as vehicle components, the development process had to be completely rethought.

In addition, a special drawer, made of the same leather as the Boat Tail seats, was also designed to hold the timepieces, attachments, chain

and necklace when not in use. This drawer can also be inserted into the dashboard, where it discreetly holds and secures all items.

These two original tourbillon timepieces, one for him and one for her, feature a brand new 44mm white gold case, tourbillon movements and special dials on each side. Equipped with the aforementioned Amadeo system, they are reversible and can be changed without requiring any tools. The men's model has a polished finish, while the women's version has engravings with a blue varnish inserted. Both have been entirely designed in Bovet's artisanal workshop.

Their front dial includes a handmade marquetry in the same wood used for the Boat Tail and the name of each owner. remain confidential.

HERMÈS, FINO ALLA PUNTA DELLE DITA...

-/ RIGHT DOWN TO THE NAILS

Introdotta nel 2020, Hermès Beauty è un'attività centrale della Maison. Dopo Rouge Hermès, una gamma di rossetti, e Rose Hermès, una collezione dedicata all'incarnato, un terzo capitolo di Hermès Beauty è stato naturalmente scritto con Les Mains Hermès.

-/ Introduced in 2020, Hermès Beauty is a craft at the heart of the company. After Rouge Hermès, a line of lipsticks, and Rose Hermès, a collection dedicated to facial skin, a third chapter in Hermès Beauty has naturally been written, with Les Mains Hermès.



La collezione Les Mains Hermès comprende una crema per le mani, un olio nutriente per le unghie e le cuticole, una base di smalto rinforzante e protettiva, uno smalto in 24 tonalità ispirate ai colori, all'intensità e alla brillantezza dei braccialetti di smalto, una lacca di finitura e delle lime per unghie.

Les Mains Hermès combina così trattamenti e colori per creare un repertorio di bellezza speciale, personale e universale.

Abbinare la tua Kelly grigia Etoupe al tuo smalto, il massimo dello chic, vero?

La collezione Les Mains Hermès sarà disponibile dal 15 ottobre 2021 nei negozi Hermès Genève e Hermès Zurigo, Globus Genève, Jelmoli Zurigo e su [Hermes.com](https://www.hermes.com).

-/ The Les Mains Hermès collection includes a hand cream, a nourishing oil for nails and cuticles, a strengthening and protective enamel base, enamel varnish in 24 shades inspired by the colors, intensity and brilliance of enamel bracelets, finishing lacquer and nail files.

Les Mains Hermès combines care and color to create a unique beauty repertoire that is both personal and universal.

Isn't it the height of chic to match your Etoupe grey Kelly with your nail polish?

The Les Mains Hermès collection will be available starting October 15, 2021 in Hermès Geneva and Hermès Zurich stores, Globus Geneva and Jelmoli Zurich and on [Hermes.com](https://www.hermes.com).



UNA NUOVA STAGIONE IN ARRIVO!

Le nuove inebrianti fragranze di alta profumeria che stanno tornando per questa stagione autunnale.

-/ The intoxicating new fragrances of haute perfumery that will make this fall season.



L'Art et la matière - Guerlain

Il fiore dell'alta profumeria della Casa di Guerlain, la collezione L'art & la matière di Guerlain fa eco all'amore per la bellezza. Le diciassette creazioni sono capolavori olfattivi sognati e realizzati con esperienza. Ispirata all'arte, scolpita dagli ingredienti più belli della profumeria, la scia diventa arte a sé stante, più inebriante che mai.

-/ The flagship of the House of Guerlain's high perfumery, L'art & la matière collection echoes the passion for beauty. The seventeen creations are olfactory masterpieces dreamed up and crafted with expertise. Inspired by art, sculpted from the finest ingredients of perfumery, the trail becomes art in its own right, more intoxicating than ever.

Maison Christian Dior - Vanilla Diorama

L'esclusiva collezione Maison Christian Dior accoglie una fragranza ispirata alla gourmandise parigina con note di vaniglia. Una fragranza che è immediatamente accattivante, rotonda e seducente, sia ricca che fresca, chiamata Vanilla Diorama, in omaggio al prestigioso pasticciere: Julien Dugourd.

-/ The exclusive Maison Christian Dior Collection, inspired by Parisian gourmandise with notes of vanilla, a fragrance that is instantly appealing, round and seductive, both rich and full of freshness, named Vanilla Diorama, in homage to the prestigious pastry chef Julien Dugourd.



Rivières de Cartier

Rivières de Cartier, una collezione di acque dolci, cattura la cruda vivacità e la bellezza dell'acqua, una fonte di riflessione olfattiva. Spensieratezza, Gioia, Lussuria, tre fiumi, tre forti emozioni come un bagno nella natura, un inno alla vita.

-/ Rivières de Cartier, a collection of fresh waters, captures the primary vibration and beauty of water, the source of olfactory reflection. Insouciance, Joy, Luxuriance, three rivers, three strong emotions like a bath in nature, a hymn to life.

HERMÈS

COLLEZIONE PER LA CASA 2021-2022

-/ COLLECTIONS FOR THE HOME

Oggetti concepiti come incontri con la materia. In un momento in cui tutto sembra essere astratto, allontanarsi, la nuova collezione di oggetti per la casa esplora il linguaggio della materialità, ci riporta alla realtà, dà significato al tatto.

-/ Objects designed to celebrate texture. Now that our lives are seemingly more and more abstract, more remote, the new collection of decorative objects for the home explores the language of materials. It brings a sense of physicality and texture.

Pezzi da sentire che giocano con materiali grezzi e naturali e mettono insieme un'abilità unica.

Possiamo vedere la morbidezza accogliente di una seduta inaspettata fatta di microfibre di carta, l'eleganza di un feltro di cashmere bianco misto a fili d'oro, o la purezza di un tavolo di pietra cesellata.

La meticolosità dell'artigiano, la magia delle arti del fuoco, sempre la memoria della mano che plasma per creare oggetti che incarnano un mondo tattile, fragile e incantevole.

-/ These pieces are designed to be touched. They are made with raw, natural materials and the result of unique expertise.

The welcoming softness of an unexpected seat crafted using paper microfibres, the elegance of white cashmere felt interwoven with golden threads, or the purity of a cut-stone table.

The hallmarks of a meticulous artisan and their mastery of magical fire. The traces of a hand which has shaped the objects to embody a tactile, fragile and enchanting world.



Lignage d'Hermès
Tavolo in pietra (grand modèle)

Uomo e materia, bianco e nero, semplicità e robustezza. Questo tavolo in pietra blu di Hainaut, Belgio, progettato da Studio Mumbai, racconta l'incontro tra un'estetica brutalista e un delicato know-how. Inizialmente nero ma sbiancato una volta inciso, illustra questo rapporto diretto tra il materiale e il gesto dell'artigiano. Lo scalpello traccia rigorosamente delle linee con un righello che disegnano altrettanti raggi di luce sul piano di lavoro.

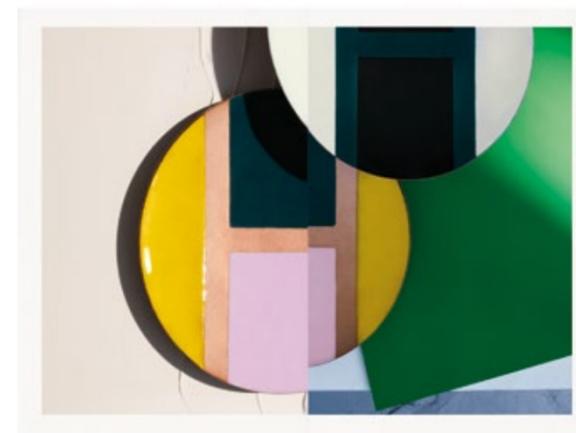


-/ Lignage d'Hermès
Stone table (large model)

Human and material, black and white, simplicity and solidity. This blue stone table from Hainaut, Belgium, designed by Studio Mumbai, tells a story of an encounter between raw aesthetics and delicate know-how.

It begins life black, but becomes white when engraved, illustrating the direct relationship between the material and the artisan's movements. The stonemason uses a ruler to trace lines carefully onto the table top, making them appear like rays of light.

Pietra di Hainaut tagliata e cesellata a mano
Grande modello : Ø 61 x h 39 cm Petit modèle : Ø 47,5 x h 45 cm Creazione: Studio Mumbai



Sialk - Centre de table

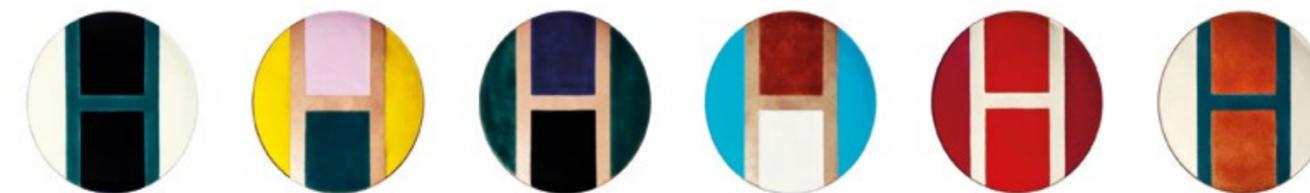
Un nuovo materiale si aggiunge alle collezioni domestiche. Questi sei centrotavola fatti da lastre di rame e stencilati con smalto rappresentano una prodezza tecnica. Esprimono, sotto la costrizione del fuoco, una grande ricchezza di texture e di contrasti: trasparenza e profondità, freddezza del metallo e vibrazione dei colori...

Questi pezzi unici si basano su un sottile equilibrio tra la fusione dei pigmenti e la brutalità del materiale.

-/ Sialk - Centre piece

A new material has now joined the home collections. These six centre pieces demonstrate incredible technical prowess. They are made from a sheet of copper and tinted with enamels applied using a stencil. When fired, they express a great wealth of textures and contrasts: transparency and depth, the coldness of metal and the vibrancy of colours...

These unique pieces are based on a subtle balance between the fusion of pigments and the rawness of the material.



Rame smaltato
Inchiostro - Ø 28 cm
Creazione : Studio Hermès

Rame smaltato
Mimosa - Ø 28 cm
Creazione : Studio Hermès

Rame smaltato
Smeraldo - Ø 28 cm
Creazione : Studio Hermès

Rame smaltato
Turchese - Ø 28 cm
Creazione : Studio Hermès

Rame smaltato
Chili - Ø 28 cm
Creazione : Studio Hermès

Rame smaltato
Corniola - Ø 28 cm
Creazione : Studio Hermès



Copriletto trapuntato

Su un tessuto di cashmere bianco, motivi e abilità sono reinterpretati con solo un filo d'oro. L'artista americano Carson Converse ha ricamato i disegni di Gianpaolo Pagni - ispirati alle foto da collezione della sua infanzia - usando la tecnica del quilt. Cuciture oro su bianco e un gioco di luci e ombre rivelano questi disegni su tre copriletto:

New Haven, Fall River, Williamstown, i cui nomi si ispirano alle città degli Stati Uniti dove il quilting è diventato un'arte.

-/ Quilted bed cover

Patterns are reinterpreted on white cashmere using only exquisite golden thread and expert know-how. Thus, the American artist Carson Converse, using the quilting technique, has embroidered Gianpaolo Pagni's designs, inspired by collectible images from his childhood. Gold stitching on white creates an interplay of shadows and light to reveal these designs on three bed covers: New Haven, Fall River, Williamstown. The names are taken from cities in the United States where quilting has become an art form.

Vitello Swift e vimini naturale
Verde Veronese - Rosso H
Ø 30 x h 32,5 cm
Creazione : Studio Hermès



Chromatic - Cesti

Cesti che riuniscono materiali - pelle e vimini - e competenze - lavorazione della pelle e cesteria - per rivelare inaspettati giochi di colore su questo oggetto quotidiano.

-/ Chromatic - Basket

These baskets create a dialogue between two materials - leather and wicker - and two areas of expertise - leather goods and basketwork - to reveal an unexpected interplay between colours on this everyday object.

New Haven
Copriletto trapuntato



100% cashmere,
ricamo con filo metallico
dorato 220 x 260 cm
Disegno : Gianpaolo Pagni

Fall River
Copriletto trapuntato



100% cashmere,
ricamo con filo metallico
dorato 220 x 260 cm
Disegno : Gianpaolo Pagni

Williamstown
Copriletto trapuntato



100% cashmere,
ricamo con filo metallico
dorato 220 x 260 cm
Disegno : Gianpaolo Pagni

GADGET INTELLIGENTI

-/ SMART GADGETS

Che tu stia cercando qualcosa di semplice per rendere la tua vita quotidiana più fluida o qualcosa di un po' speciale, questi gadget sono regali perfetti - sì, anche per te stesso.

Ecco la nostra selezione dei migliori gadget e tecnologie del momento.

-/ Whether you're looking for something simple to make your day-to-day life smoother or something a little special, these gadgets make perfect gifts - yes, even for yourself. Here's our selection of the best of today's gadgets and technology.

LARQ

Ti interessa l'ambiente. Odi il cambiamento climatico. Ora c'è un piano B per la tua bottiglia: autopulente, utilizza la luce UV-C per purificare l'acqua dal 99,99% dei suoi batteri e virus. Basta riempirlo una volta al mese e il gioco è fatto.

-/ You care about the environment. You hate climate change. Now there's a plan B for your bottle: self-cleaning, it uses UV-C light to purify water of 99.99% of its bacteria and viruses. Just refill it once a month and you're done.

livelarq.com

HYDROW

Progettato per imitare la sensazione di essere sull'acqua, un touch screen da 22" visualizza le routine di allenamento e tutte le statistiche di cui hai bisogno, permettendoti anche di allenarti con altri vogatori e amici. Silenzioso e confortevole, con un sistema di sedile ergonomico a 10 rulli, il canottaggio utilizza l'86% dei tuoi muscoli, e questo è il modo più pratico e high-tech per mettere alla prova questa teoria.

-/ Designed to mimic the feeling of being on the water, a 22-inch touchscreen displays workout routines and all the stats you need, while also allowing you to train with other rowers and friends. Quiet and comfortable, with an ergonomic 10-roller seat system, rowing uses 86% of your muscles, and this is the most practical, high-tech way to put that theory to the test.

shop.hydrop.co.uk



ANGELL

Leggero e con uno schermo LCD che visualizza le calorie bruciate, istruzioni GPS che si traducono in vibrazioni del manubrio, un indice del tempo e dell'inquinamento, un allarme antifurto e impostazioni uniche di velocità fino a 15 mph, l'Angell è lassù con le migliori biciclette elettriche disponibili. Le sue linee eleganti sono state concepite dal designer francese Ora-ïto, e lo sviluppatore Marc Simoncini spera di farne l'iPhone del mercato delle bici elettriche.

SAC SLINGER

Vi presentiamo la Slinger Bag: un lanciatore di palline da tennis e il vostro migliore amico sul campo. Una valigetta portatile che porta 72 palline e ogni sorta di tecnologia (compreso un telecomando), è possibile controllare la velocità, la frequenza e l'angolo dei colpi. C'è anche spazio per tutta la tua attrezzatura e un supporto per la macchina fotografica per analizzare il tuo rovescio. Il tubo telescopico della palla renderà anche più facile il lavoro di raccolta della palla.

-/ Lightweight and with an LCD screen that displays calories burned, GPS instructions that translate into handlebar vibrations, a weather and pollution index, a anti-theft alarm and unique speed settings up to 15 mph, the Angell is right up there with the best electric bikes available. Its sleek lines were crafted by French designer Ora-ïto, and developer Marc Simoncini hopes to make it the "iPhone" of the electric bike market.

angell.bike

-/ Meet the Slinger Bag: a tennis ball launcher and your best friend on the court. A portable case that carries 72 balls and all sorts of technology (including a remote control); you can control the speed, frequency and angle of shots. There's also room for all your equipment and a camera mount to analyze your backhand. The telescopic ball tube will also make picking up the balls easier.

slingerbag.com

COTE MAGAZINE FACE TO FACE

ZANDRA RHODES



The Calgate Comedy Hour - November 12, 1950. Dean Martin & Jerry Lewis.

IKEA E LA SUA LINEA KARISMATISK : KOLORI & EKSLUSIVITÀ!

Una collaborazione in edizione limitata con la rinomata designer britannica di tessuti e modelli Zandra Rhodes, KARISMATISK è l'ultima reinvenzione di IKEA di alcuni dei suoi pezzi iconici da parte di visionari del design, trasformando gli oggetti quotidiani in opere d'arte. Un'intervista con un'artista che porta i suoi colori forte e chiaro.

-/A limited edition in collaboration with famous British pattern and textile designer Zandra Rhodes, KARISMATISK is IKEA's new venture in the redesign of some of their iconic pieces by design visionaries, turning everyday objects into true works of art.

Interview with a lady who wears her (flashy) colors proud.

Famosa per le sue stampe audaci e i colori vibranti, Zandra Rhodes è stata un bastione rivoluzionario nel mondo della moda e dei tessuti per oltre cinque decenni. Ha ricevuto numerosi premi per il suo eccezionale contributo all'industria della moda. Ha lavorato con Valentino e nel 2003 ha fondato il London Fashion and Textile Museum. Ha vestito tutti, dalla principessa Diana all'altra Diana (Ross), da Kylie Minogue a Debbie Harry, da Paris Hilton a Freddie Mercury.

Riconoscibile da i suoi capelli rosa brillante e l'ombretto blu esplosivo, Zandra Rhodes è una vera pioniera e un'icona di moda unica. Descrive KARISMATISK come una collezione "funzionale e favolosa" ed è molto orgogliosa della collaborazione con IKEA.

Zandra, può parlarci della sua esperienza con IKEA, e in particolare della collaborazione con il loro designer, Paulin Machado?

Il processo di collaborazione è iniziato nel febbraio 2020. Direi che è stato uno scambio di idee molto naturale e genuino tra Paulin e il mio team, tra Londra e Älmhult, Svezia. Ci venivano delle idee, che poi spiegavamo a Paulin e al suo team; loro facevano commenti e suggerimenti, e così via, finché non eravamo tutti contenti del risultato. Quando siamo andati in Svezia, abbiamo portato con noi diversi gioielli in metallo plissettato. È stato magico, perché con le conoscenze tecniche di Paulin su ciò che era e non era fattibile, abbiamo scoperto come le pieghe potevano essere trasformate in prodotti per i clienti IKEA.

Il team IKEA ha davvero capito la mia visione dell'estetica, il che ha creato una grande sinergia e un fruttuoso scambio di idee.

E, naturalmente, è stato anche molto divertente. Veniamo da due generazioni diverse, e penso che la combinazione dei nostri diversi approcci al design, ma anche dei nostri punti in comune, abbia reso questa impresa un successo. Come me, Paulin è ossessionato dal colore e dai motivi!

Qual è stato il suo punto di partenza per rivisitare i prodotti cult di IKEA e "infonderli" con l'arte? C'è stato qualche pezzo particolare che le ha ispirato più di altri?

L'obiettivo non era quello di inventare cose, ma di reinterpretare alcuni degli oggetti iconici di IKEA, per dare loro una nuova identità. Per esempio, cosa c'è di più IKEA della borsa FRAKTA? Doveva essere nella collezione KARISMATISK ed ero molto entusiasta di offrire la mia interpretazione di uno dei prodotti più famosi e identificabili di IKEA. È difficile per me sceglierne uno preferito, perché vedo tutti i miei disegni come un'espressione di me stessa e do a tutti la stessa importanza in termini di lavoro e dedizione. Ogni prodotto ha una storia da raccontare e ogni oggetto ha un significato speciale. Ma come cenno a ciò che ho detto prima, mi piacciono particolarmente gli oggetti in metallo plissettato, come i candelabri e i portacandele KARISMATISK.

Ha avuto carta bianca per disegnare le sue creazioni o c'era un brief specifico?

-/Famous for her fearless prints and vibrant colours, Dame Zandra Rhodes has been a revolutionary force in the fashion and textile worlds for over five decades. She has won numerous accolades for her outstanding contributions to the fashion industry. Among other feats, she has collaborated with Valentino, and in 2003, founded London's Fashion and Textile Museum. She has dressed everyone from Diana Princess of Wales to Diana Ross, Kylie Minogue to Debbie Harry, Paris Hilton to Freddie Mercury. Instantly recognisable with her shocking pink hair and trademark blue eyeshadow, Zandra Rhodes is a true trailblazer and a one-of-a-kind fashion icon. She describes KARISMATISK as "functional and fabulous" and is very proud to be collaborating with IKEA on it.

Zandra, could you tell us about your experience with IKEA, and especially the collaboration with their in-house designer Paulin Machado?

The collaborative process has started in February 2020. I'd say it was an organic and genuine exchange of ideas between Paulin and my team, between London and Älmhult, Sweden. My team came up with ideas, we then explained and showed them to Paulin and hers, they provided feedback and suggestions, and so on so forth, until we were all happy with the results.

When we came over to Sweden, we brought different bits of jewellery made of pleated metal. It was magical because of Paulin's knowledge of what could be done, we worked out how the pleats could be practically turned into products for the IKEA customers. The IKEA team really got my aesthetic, and because of this we just bounce off one another.

And, of course, it was a lot of fun too. We're from two different generations, and I guess the combination between our distinct perceptions when it comes to design, but also our common points, have made for a successful venture. Just like me, Paulin is obsessed with colour and patterns!

What was your starting point for revisiting cult IKEA products and infusing them with art? Were there any particular pieces that inspired you more than others?

The point was indeed not to invent things, but to reinterpret some of IKEA's iconic objects, to give them a spin, a twist. For instance, what could be more IKEA than the FRAKTA carrier bag? It could definitely not be left out of the KARISMATISK collection and I was so excited to have my take on one of the most famous and identifiable IKEA products.

It's hard for me to pick a favorite, because I consider all my creations as an expression of myself and I grant them all the same importance in terms of work and involvement. Every product has a story to tell, and each item adds something special to your life.



Per me, KARISMATISK doveva essere un manifesto di autentica espressione di sé a casa, incentrato su mix e combinazioni di elementi.

Io e il mio team abbiamo iniziato a cercare gli oggetti che ci piacevano di più nel catalogo IKEA. Abbiamo pensato a come potevamo dare loro il nostro tocco personale per farli risaltare. Ricordando i disegni floreali dipinti a mano che avevo fatto in passato, ho capito subito che volevo creare fiori per il pavimento, il che ha portato ad un set di tre tappeti a forma di fiori e foglie. Il nostro unico compito era quello di soddisfare i cinque aspetti del design democratico di IKEA - forma, funzione, qualità, durata - ad un prezzo accessibile.

Così abbiamo lavorato sui concetti che ci sono venuti in mente, in collaborazione con IKEA e soprattutto con i team di Paulin. Volevamo creare pezzi espressivi e funzionali in cui la gente potesse identificarsi, senza preoccuparsi delle tendenze commerciali del momento. Questa esplorazione ci ha portato ad una comprensione più profonda dei modelli e dei colori come potenti espressioni dell'artigianato locale, della personalità, della cultura e dei loro profondi effetti sulle persone e sugli spazi.

Scopri KARISMATISK, una collezione di 26 pezzi unici e di carattere, disponibile nei negozi IKEA, tramite l'app IKEA e online su IKEA.ch da settembre 2021.



But, as a nod to what I said before, I'm particularly fond of the pleated metal objects, like the KARISMATISK candlestick/tealight holders.

Were you given total freedom as to what you were to design, or was there a specific brief?

For me, KARISMATISK was to be a manifesto for fearless self-expression at home, with mixing and matching, combining things at its core.

My team and I started to assess the objects we loved the most about IKEA and their repertoire. We thought about how to give them our signature touch to bring out their identity. When remembering the hand-painted flower drawings I had made in the past, I instantly knew I wanted to fashion florals for the floor, which have resulted in a set of three hand-tufted rugs in flower and leaf shapes.

Our only brief was to use the five dimensions of IKEA's Democratic design - form, function, quality, sustainability at an affordable price.

So we worked on the concepts we came up with, in collaboration with IKEA and especially Paulin's teams. We wanted to create expressive and functional pieces to be enjoyed and appreciated outside the context of commercial fashion. This exploration led to a deeper understanding of patterns and colour as powerful expressions of skill, personality, local culture, as well as their profound effects on people and spaces.

Discover KARISMATISK, a collection of 26 unique and expressive pieces, which will be available at IKEA stores, via the IKEA app and online at IKEA.ch from September 2021.



MONSIEUR DE CHANEL EDITION SUPERLEGGERA



Questa è la storia di un incontro. Quella della J12 Superleggera lanciata nel 2005 e l'orologio MONSIEUR DE CHANEL presentato cinque anni fa.

Oggi, il J12 Superleggera e il MONSIEUR DE CHANEL si sono uniti per creare l'orologio Monsieur de CHANEL Edition Superleggera, una nuova interpretazione contemporanea dell'orologeria maschile della Maison. L'orologio Monsieur de CHANEL Edition Superleggera è soprattutto un orologio MONSIEUR DE CHANEL. Afferma la sua filiazione. Un MONSIEUR DE CHANEL, certo, ma un MONSIEUR della concorrenza! Con la sua cassa in ceramica nera opaca ad alta resistenza di 42 mm di diametro, il quadrante guilloché nero opaco, le finiture in nichel nero e il cinturino in nylon nero rivestito in pelle di vitello rossa, l'orologio Monsieur de CHANEL Edition Superleggera mostra i suoi muscoli, senza strafare.

-/ This story is about a predestined encounter. That of the J12 Superleggera launched in 2005 and the MONSIEUR DE CHANEL watch, presented five years ago.

Today, the J12 Superleggera and the MONSIEUR DE CHANEL have teamed up to create the Monsieur de CHANEL Edition Superleggera watch, a new contemporary interpretation of the House's masculine watchmaking.

The Monsieur de CHANEL Edition Superleggera is above all a MONSIEUR DE CHANEL watch. It claims its filiation. A MONSIEUR DE CHANEL indeed, but a competition MONSIEUR! With a 42 mm diameter matt black high-resistance ceramic case, a matt black guilloché dial, a black nickel finish, and a black nylon strap lined with red calf leather, the Monsieur de CHANEL Edition Superleggera watch shows its muscles, without overdoing it.

COTE MAGAZINE OROLOGERIA

GLI OROLOGI DI ANDY - IL FUTURO É IL PASSATO - L'OROLOGIO DEL DJ
I 220 ANNI DEL TOURBILLON - PANERAI, DEGLI OROLOGI PIENI DI ESPERIENZA



Nel film Pulsions (1981) di Brian de Palma, Michael Caine indossa un Rolex Day-Date in oro giallo.

GLI OROLOGI DI ANDY

-/ ANDY'S WATCHES

Il re della Pop Art, Andy Warhol (1928-1987), l'artista più famoso della sua generazione, era un collezionista compulsivo di orologi. Quattro dei suoi tesori continuano ancora oggi ad essere di attualità.

-/ The king of Pop Art, Andy Warhol (1928-1987), the most famous artist of his generation, was a compulsive collector of watches. Four of his treasures are still making the headlines today.

Conosciuto in tutto il mondo per il suo dittico Marilyn e le sue Campbell's Soup Cans, Andy Warhol era un grande collezionista di tutti i tipi di oggetti. Ma la sua cosa preferita erano gli orologi.. La leggenda dice che ne ha accumulato più di 300. Un anno dopo la sua morte, nel 1988, le sue collezioni furono vendute a New York da Sotheby's. I suoi tesori furono poi dispersi, per non riapparire mai più. Ma tuttavia, quattro orologi passeranno alla storia...

Quando guardiamo i primi orologi dell'artista, è senza dubbio Rolex che si distingue. Più precisamente la referenza 3525 in acciaio e oro rosa, un cronografo Oyster datato 1943, l'anno in cui ha compiuto 15 anni... Venduto per poche migliaia di dollari nel 1988, è ricomparso nel maggio 2019, questa volta da Christie's. Stimato tra 175.000 e 265.000 euro, è stato infine venduto per 416.000 euro. Un risultato che sarebbe piaciuto ad Andy Warhol, che disse: "Fare soldi è un'arte, lavorare è un'arte, e un business di successo è la migliore arte".

Tuttavia, è stato Patek Philippe che ha vinto il maggior numero di allori. Anche se Andy ha posseduto molti Patek, il suo preferito è sempre stato il Calatrava 570 acquistato nel 1954. Misura 35 mm di diametro, in oro giallo montato su un bracciale nero, è un mondo lontano dall'universo arroccato dell'artista eppure... Lo indossava esclusivamente con un abito scuro. È ricomparso sul mercato il 22 giugno da Christie's a New York. Stimato tra i 38.000 e i 78.000

euro, è stato venduto per 126.000 euro. Un punteggio eccellente, più di tre volte la sua bassa stima!

Creto nel 1917, l'orologio Tank de Cartier è oggi giustamente considerato un'icona. Quasi mezzo secolo dopo il suo lancio negli anni 70, il suo successo rimane intatto e i suoi pretendenti sono innumerevoli. Tra questi, Andy Warhol, che ama dire durante le sue notti selvagge allo Studio 54: "Non indosso un Tank per dire l'ora. In effetti, non l'avvolgo mai. Indosso un Tank perché è l'orologio giusto da indossare". Al suo polso, il Tank Solo in oro giallo. Cartier non avrebbe potuto chiedere un influencer migliore.

Qualche anno prima, fu Piaget di cui l'artista si innamorò. Faceva parte della cerchia ristretta di Yves Piaget, il primo orologiaio a rendersi conto di quanto il "jet set internazionale" sia un grande aiuto alle vendite. Tra i suoi numerosi orologi, si dice che possedesse quattro Piaget(s), tra cui un modello a cuscino in oro giallo con quadrante nero datato 1973. Ispirandosi a questo splendido pezzo vintage, Piaget ha lanciato l'orologio Black Tie in oro bianco con quadrante in onice, in omaggio al re della Pop Art.

I fan dell'artista dalle ciocche bionde sono avvisati...



-/ Known worldwide for his Marilyn diptych and his Campbell's Soup Cans, Andy Warhol was a great collector of all kinds of objects. But most of all, he loved watches. Legend has it that he collected over 300 of them, and a year after his death in 1988, his collections were sold at Sotheby's in New York. His treasures were then dispersed, never to be seen again. But nevertheless, four watches will go down in history...

When looking at the artist's earliest watches, it is undoubtedly Rolex that stands out. More precisely the reference 3525 in steel and rose gold, an Oyster chronograph dated 1943, the year he turned 15... Sold for a few thousand dollars in 1988, it reappeared in May 2019, this time at Christie's. Estimated between 175'000 and 265'000 €, it was finally sold for 416'000 €. A result that would have pleased Andy Warhol, who said: "Making money is an art, working is an art, and a successful business is the best of arts".

However, the highest accolades go to Patek Philippe. While Andy owned many Pateks, it was the Calatrava reference 570 acquired in 1954 that was always his favorite. 35 mm in diameter, in yellow gold mounted on a black bracelet, it is a world away from the artist's colourful universe, but still... He wore it exclusively with a dark suit. It reappeared on the market on June 22 at Christie's

in New York. Estimated between €38,000 and €78,000, it was sold for €126,000. An excellent result, more than three times its low estimate!

Created in 1917, the Tank de Cartier watch is now rightly considered an icon. Nearly half a century after its launch in the 1970s, its success remains intact and its suitors are countless. Among them, Andy Warhol, again, who likes to say during his crazy nights spent at Studio 54: "I don't wear a Tank to keep track of time. In fact, I never wind it up. I wear a Tank because it's the right watch to wear." On his wrist, the Tank Solo in yellow gold. Cartier couldn't have dreamed of a better influencer.

A few years earlier, the artist fell in love with Piaget. He was part of the inner circle of Yves Piaget, the first watchmaker to understand that the "international jet set" was a great sales aid. Among his many watches, he was said to own four Piagets, including a cushion-shaped model in yellow gold with a black dial dated 1973. Drawing inspiration from this stunning vintage piece, Piaget launched the Black Tie watch in white gold with an onyx dial as a tribute to the King of Pop Art. Notice to fans of the artist with the blond hair lock...



IL FUTURO È IL PASSATO

-/ FUTURE BELONGS TO THE PAST!

Un'affermazione strana, ma vera, visto che la tendenza vintage è incontestabile. Gli orologi con un look vecchio stile saranno quindi essenziali per l'inizio della stagione 2021.

-/ A strange statement that proves to be true as the vintage trend seems quite unstoppable. Watches with yesteryear looks will be impossible to avoid in this 2021 back to school season.



1.

1. PATEK PHILIPPE
5270P - Grandes Complications
Erede di un classico di Patek Philippe lanciato nel 1941, il cronografo calendario perpetuo referenza 5270 si veste per la prima volta di platino in una cassa di 41 mm. Movimento meccanico a carica manuale.
-/ 5270P - Grand Complications. Heir to a great Patek Philippe classic launched in 1941, the Reference 5270 perpetual calendar chronograph is now available in platinum for the first time. Diameter: 41 mm. Manually wound mechanical movement.

2. BREITLING
Navitimer 1, orologio automatico, cassa in acciaio e oro rosso, diametro 38 mm, cinturino in alligatore.
-/ Navitimer 1, automatic watch, steel



2.

and red gold case, 38 mm diameter, alligator strap.

3. JAEGER-LECOULTRE
Reverso Tribute Nonantième, orologio reversibile a carica manuale con grande data, ore, minuti, fasi lunari e secondi sul davanti, ore saltanti, minuti passanti e indicatore giorno-notte sul retro, cassa in oro rosa, 49,4 x 29,9 mm, cinturino in alligatore.
-/ Reverso Tribute Nonantième, reversible hand-wound watch with large date, hours, minutes, moon phases and seconds on the front, jumping hours, passing minutes and day-night indicator on the back, pink gold case, 49.4 x 29.9 mm, alligator strap.

4. MONTBLANC
1858 Origins, cronografo



3.

monopulsante a carica manuale, cassa in bronzo di 46 mm di diametro, cinturino in alligatore. Serie limitata di 100 pezzi.

-/ 1858 Origins, single push-button chronograph with manual winding, 46 mm diameter bronze case, alligator strap. Limited series of 100.

5. LONGINES
Heritage Classic, orologio automatico, cassa in acciaio di 38,5 mm di diametro, cinturino in pelle.
-/ Heritage Classic, automatic watch, steel case, 38.5 mm diameter, leather strap.

6. CERTINA
DS-1 Powermatic 80, orologio automatico, cassa in acciaio, diametro 40 mm, cinturino in tessuto in materiale tide ocean.

-/ DS-1 Powermatic 80, automatic watch, steel case, 40 mm diameter, textile strap in tide ocean material.

7. CARTIER
Tank Louis Cartier modello grande, orologio a carica manuale, cassa in oro rosa, 33,7 mm x 25,5 mm, cinturino in alligatore.
-/ Tank Louis Cartier large model, manual winding watch, rose gold case, 33.7 mm x 25.5 mm, alligator strap.

8. BELL & ROSS
BR 03-92 Golden Heritage, orologio automatico, cassa in acciaio, 42 x 42 mm, cinturino in pelle.
-/ BR 03-92 Golden Heritage, automatic watch, steel case, 42 x 42 mm, leather strap.



5.



4.



6.



7.



8.

L'OROLOGIO DEL DJ

-/ THE DJ'S WATCH

DJ Snake, in collaborazione con Hublot, presenta il suo orologio personale. Un Big Bang a sua immagine, unico, mondiale, senza tempo.

Hublot è un caso da manuale in termini di ambasciatori. Artisti o sportivi, sono sempre i migliori della loro categoria che entrano a far parte della famiglia dell'orologiaio. Non è stata quindi una sorpresa quando DJ Snake ha iniziato a collaborare con Hublot nel 2018. Non è altro che l'artista francese più ascoltato al mondo. Una star della musica elettronica che ha avuto un successo dopo l'altro con Justin Bieber, Selena Gomez, Kanye West...

DJ Snake ama le collaborazioni e ora sta passando dalla scena musicale a quella dell'orologeria. Infatti, tre anni dopo il suo incontro con Hublot, ha premurosamente presentato il suo primo orologio. Il Big Bang DJ Snake, a sua immagine, unico, globale, fuori dal tempo.

Unico per il trattamento "Effetto Newton" della sua cassa in titanio di 45 mm di diametro, che gli conferisce un aspetto iridescente i cui colori cambiano a seconda dell'angolo di vista e dell'illuminazione. Unico anche per i tagli esterni della lunetta. Tante tacche immaginate e progettate da DJ Snake.

Il movimento UNICO, un cronografo automatico flyback, è una mappa del mondo nei colori della cassa, che sembra galleggiare sul calibro, facendo eco alla fama mondiale dell'artista. È senza tempo per il suo design riconoscibile, che illustra perfettamente il motto "The art of fusion" caro a Hublot, e per il suo spirito, che è fedele all'immagine di DJ Snake. Come ha detto al lancio di questo Big Bang da collezione: "Essere in grado di indossare un orologio che mi assomiglia al mio polso era molto importante per me. Oggi, sono felice di aver potuto combinare la mia ispirazione con le competenze di questo produttore straordinario. E Ricardo Guadalupe ha risposto: "DJ Snake trasforma in oro tutto ciò che tocca, e siamo lieti di beneficiare della sua creatività e reputazione."

Big Bang DJ Snake in titanio Newton Effect, 45 mm di diametro, movimento cronografo automatico flyback. Consegnato con due cinghie di gomma, grigio o nero mimetico. Edizione limitata di 100 pezzi. CHF 24'900.

-/ Hublot is a textbook case in terms of ambassadors. Whether they be artists or athletes, it is always the best in their category who join the watchmaker's family. So it was no surprise when DJ Snake started collaborating with Hublot in 2018. He is none other than the most listened to French artist in the world. An electronic music star who has one hit after another with Justin Bieber, Selena Gomez, Kanye West... DJ Snake likes collabs and is now moving from the music scene to the watchmaking one. Indeed, three years after his meeting with Hublot, he introduces his first watch. The Big Bang DJ Snake, in his image, unique, global, timeless.

Unique because of the «Newton Effect» treatment of its 45 mm diameter titanium case, which gives it an iridescent appearance whose colors change depending on the angle of view and the lighting. Unique

-/ DJ Snake, in partnership with Hublot, presents his own watch. A Big Bang in his image, unique, worldwide, timeless.



Hublot Genève - Rue du Rhône 86,
1204 Genève - 022 545 37 10 -
www.hublot.com

also by the bezel's external cut-outs. So many notches imagined and designed by DJ Snake. A world map in the colors of the case, which seems to float on the calibur, the UNICO movement, an automatic flyback chronograph, echoes the artist's worldwide fame.

It is timeless because of its recognizable design, which perfectly illustrates the motto «The art of fusion» dear to Hublot, and its spirit, which is faithful to the image of DJ Snake. As he said at the launch of this Big Bang collector: «Being able to wear a watch that reflects who I am on my wrist was very important to me. Today, I am happy to have been able to combine my inspiration with the know-how of this extraordinary manufacturer.» And Ricardo Guadalupe replies: «DJ Snake turns everything he touches into gold, and we are delighted to benefit from his creativity and fame.»

Elegance is an attitude

Kate Winslet
Kate Winslet

LONGINES



The Longines
Master Collection

I 220 ANNI DEL TOURBILLON

-/ TOURBILLON'S 220TH ANNIVERSARY

Il 26 giugno di quest'anno il mondo dell'orologeria ha celebrato il 220° anniversario della creazione del tourbillon da parte del genio Abraham-Louis Breguet. La regina delle complicazioni, che ancora oggi si trova al vertice del settore.

-/ On June 26th, the watchmaking world celebrated 220 years since the creation of the tourbillon by the genius Abraham-Louis Breguet. The queen of complications that still sits at the top of the industry today.



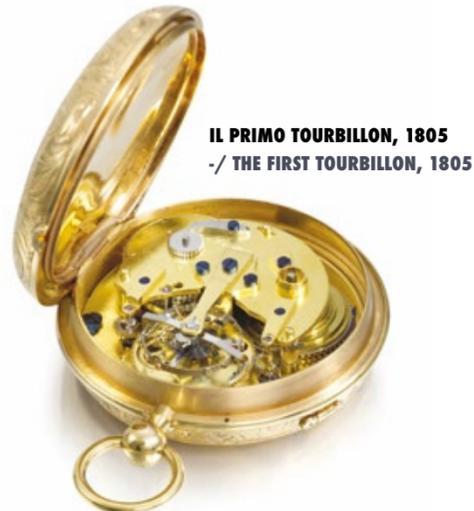
X2

Classique Doppio Tourbillon referenza 5345PT

Un orologio eccezionale con un calibro a carica manuale completamente scheletrato che presenta non uno, ma due tourbillon! Cassa in platino, 46 mm di diametro, bracciale con rivestimento "stone" su gomma. Breguet

-/ Classique Double Tourbillon reference 5345PT

An exceptional timepiece with a fully skeletonized hand-wound caliber featuring not one tourbillon, but two! Platinum case, 46 mm diameter, bracelet with "stone" coating on rubber.



IL PRIMO TOURBILLON, 1805
-/ THE FIRST TOURBILLON, 1805

È il 26 giugno 1801 che Abraham-Louis Breguet ottiene il brevetto del Tourbillon. Per più di due secoli, il suo capolavoro d'ingegno ha continuato ad evolversi e svilupparsi, sostenuto da generazioni di orologiai e ingegneri. Come custode di questa invenzione senza precedenti nel mondo dell'orologeria, ogni Manifattura continua a raccogliere sfide audaci creando segnatempo con nuovi scappamenti a tourbillon. Una sfida che evidenzia l'investimento umano fatto dai maestri orologiai per dare vita a numerosi modelli destinati a perfezionare l'invenzione del 1801. Sipario su otto modelli che ingrandiscono questo capolavoro meccanico.

-/ It was on June 26th, 1801 that Abraham-Louis Breguet obtained the patent for the Tourbillon. For over two centuries, his masterpiece of engineering has constantly evolved and developed, carried by generations of watchmakers and engineers. As the guardians of this unparalleled watchmaking invention, each Manufacture has continued to take up daring challenges by creating timepieces with innovative tourbillon escapements. A challenge that highlights the human investments made by master watchmakers in order to give birth to numerous models designed to perfect the invention from 1801. Let's raise the curtain on eight models that magnify this mechanical masterpiece.



CENTRALE

IO Tourbillon Central Squelette

Un originale posizionamento centrale della gabbia di questo tourbillon a carica manuale, associato ad una visualizzazione di ore e minuti da dischi attraverso un quadrante con un look moucharabieh. Cassa in oro rosa, 45 mm di diametro, cinturino in alligatore. Serie limitata di 88 pezzi. Hysek

-/ IO Tourbillon Central Skeleton

An original central positioning of the cage of this hand-wound tourbillon, combined with a display of hours and minutes by discs through a dial with a moucharabieh look. Pink gold case, 45 mm diameter, alligator strap. Limited series of 88 pieces.



CELESTE

Code 11.59

Messa in scena poetica di un tourbillon automatico con un quadrante in aventurina che riproduce il cielo stellato di una notte d'estate. Cassa in oro rosa, 41 mm di diametro, cinturino in alligatore. Audemars Piguet

-/ Code 11.59

A poetic presentation of an automatic tourbillon with an aventurine dial reproducing the starry sky of a summer night. Pink gold case, 41 mm diameter, alligator strap.

MUSICALE

Octo Roma Carillon Tourbillon

Un tourbillon modernizzato a carica manuale combinato con un carillon per mettere in musica le ore. Cassa in titanio DLC, 44 mm di diametro, cinturino in alligatore gommato. Serie limitata di 15 pezzi. Bulgari

-/ Octo Roma Carillon Tourbillon

A modernized hand-wound tourbillon combined with a carillon to mark the hours with music. DLC titanium case, 44 mm diameter, rubberized alligator strap. Limited series of 15 pieces.



SITO FUTURO

RM 40-01 Tourbillon McLaren Speedtail
Frutto di una partnership tra l'orologiaio e la casa automobilistica, questo tourbillon automatico si allontana dai codici dell'orologeria tradizionale. Cassa in titanio e carbonio TPT, 41,8 x 48,25 mm, cinturino in gomma. Serie limitata di 106 pezzi. Richard Mille

-/ RM 40-01 Tourbillon McLaren Speedtail
Born from the partnership between the watchmaker and the car manufacturer, this automatic tourbillon departs from the codes of traditional watchmaking. Titanium and carbon TPT case, 41.8 x 48.25 mm, rubber strap. Limited series of 106 pieces.

MUSICALE

Référence 5207G

Non siamo di fronte ad un semplice tourbillon ma ad una tripla complicazione che associa il tourbillon ad una ripetizione minuti e ad un calendario perpetuo istantaneo con finestre. Il tutto alimentato da un calibro a carica manuale. Cassa in oro bianco, 41 mm di diametro, cinturino in alligatore. **Patek Philippe**

-/ Reference 5207G

We are not dealing with a simple tourbillon but with a triple complication combining the tourbillon with a minute repeater and an instantaneous perpetual calendar with windows. All this is driven by a hand-wound caliber. White gold case, 41 mm diameter, alligator strap.



PREZIOSO

Altiplano

Un'interpretazione gioiellaria del tourbillon extrapiatto a carica manuale con una gabbia decentrata su un quadrante in avventurina. Cassa in oro bianco e diamanti, 38 mm di diametro, cinturino in alligatore. Serie limitata di 38 pezzi.

Piaget

-/ Altiplano

A jewel-like interpretation of the extra-flat hand-wound tourbillon with an off-center cage on an aventurine dial. White gold and diamond case, 38 mm diameter, alligator strap. Limited series of 38 pieces.



SPORTIVO

Datograph Perpétuel Tourbillon

La combinazione unica di un calendario perpetuo con fasi lunari, un tourbillon e un cronografo con funzione di ritorno in volo. Un orologio ad alta quota con carica manuale per cronometrare le tue performance sportive. Cassa in oro bianco, 41,5 mm di diametro, cinturino in alligatore. Serie limitata di 100 pezzi. **A. Lange & Söhne.**

-/ Datograph Perpetual Tourbillon

The unique combination of a perpetual calendar with moon phases, a tourbillon and a chronograph with in-flight return function. The perfect way to time your sporting performances with a high-flying hand-wound watch. White gold case, 41.5 mm diameter, alligator strap. Limited series of 100 pieces.



TIME INSTRUMENTS
FOR URBAN EXPLORERS

Bell & Ross

PANERAI, DEGLI OROLOGI PIENI DI ESPERIENZA

-/ PANERAI, EXPERIENCE-PACKED WATCHES

Un orologio Panerai deve essere guadagnato. Carico di testosterone ed ecologico, è essenziale per l'avventuriero moderno.

-/ A Panerai watch has to be earned. Testosterone-laden and eco-friendly, it is an essential for the modern-day adventurer.

Panerai Genève - Rue du Rhône 19, 1204 Genève - 022 818 66 44 - www.panerai.com



Submersible Mike Horn Edition in Eco-Titanium™, 47 mm diameter, automatic movement with small seconds and date window, recycled PET strap. Limited series of 19 pieces.

Panerai si è affermata oggi come un orologiaio esperto. Non stiamo parlando di una manifattura creata secoli fa, anche se il patrimonio storico della marca è denso dalla sua creazione a Firenze nel 1860, ma di un servizio super VIP offerto ai suoi clienti.

Questa idea è stata concepita dall'attuale CEO di Panerai, Jean-Marc Pontroué. « Ho sempre saputo che i clienti di una casa di lusso sono molto esigenti. A loro piace sentirsi vicini all'oggetto dei loro desideri. Se da Nespresso, spendendo pochi franchi per una barretta di capsule, ci si può sedere comodamente e bere un caffè in fine porcellana, cosa dovrebbe offrire un orologiaio che vende orologi di lusso? ». È da questa osservazione che è nata l'idea di Panerai di offrire ai suoi clienti nuove esperienze...

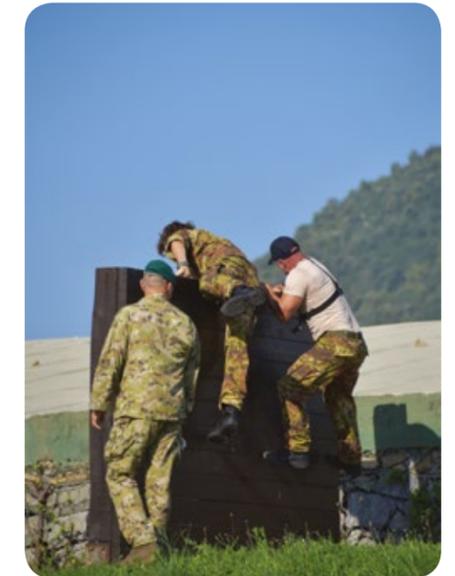
Chi ha il privilegio di acquistare un orologio Panerai non se ne va solo con un bell'oggetto, ma partecipa ad una spedizione del tipo che tutti gli avventurieri dei giorni nostri possono solo sognare. Accompagnare degli eroi nel loro mondo.

Il sogno diventa realtà per i proprietari di un sommergibile della Marina

Militare in carbotech, che hanno potuto allenarsi in condizioni reali con gli ufficiali della Marina Militare. Allo stesso modo, i proprietari di un Guillaume Nery Edition Submersible hanno accompagnato il campione di apnea in un'immersione eccezionale nella Polinesia francese.

Altri paneristi, forse i più fortunati, con al polso il Mike Horn Edition Submersible in Eco-Titanium™, hanno la possibilità di partecipare ad un corso intensivo nel cuore dei ghiacci dell'Oceano Artico al fianco del più grande esploratore vivente, Mike Horn. Una leggenda vivente che ama condividere la sua esperienza di sopravvivenza in un ambiente ostile, la sua conoscenza di Madre Natura e il suo amore per il pianeta. Un'eco appropriata all'orientamento ecologico di Panerai, che si riflette naturalmente nelle partnership legate alla protezione del pianeta, ma anche attraverso lo sviluppo di un esclusivo titanio riciclato o l'uso di PET riciclato per alcuni dei suoi bracciali.

Un modo notevole di vendere orologi a coloro che hanno tutto, e che senza dubbio sarà perpetuato e persino rafforzato nel 2022 e negli anni a venire...



Submersible Marina Militare in carbotech, 47 mm diameter, automatic movement with small seconds and date window, rubber strap. Limited series of 33.



Submersible Guillaume Nery Edition in titanium DLC, 47 mm diameter, automatic chronograph movement with flyback function, rubber strap. Limited series of 15 pieces.

-/ Panerai has established itself today as an experienced watchmaker. We're not talking about a factory that has been in existence for centuries, even though the brand's historical heritage has been dense since its creation in Florence in 1860, but about a super VIP service offered to its customers.

An idea that we owe to the current CEO of Panerai, Jean-Marc Pontroué. "I have always known that the clients of a luxury house are very demanding.

They like to feel close to the object of their desires. If at Nespresso, by spending a few francs for a set of capsules, you can sit comfortably and drink a coffee in fine porcelain, what should a watchmaker selling luxury watches offer? From this observation, Panerai came up with the idea of offering unique experiences to its customers...

Those who have the privilege of buying a Panerai watch do not just leave with a beautiful object, they also take part in an expedition of the kind that all modern-day adventurers can only dream of. Accompanying heroes in their own world.

The dream becomes reality for the purchasers of a Marina Militare Submersible in carbotech: they had the opportunity to train in real conditions with the officers of the Marina Militare. In the same way, the owners of a Guillaume Nery Edition Submersible accompanied the freediving champion for an exceptional dive in French Polynesia.

Other panerists, perhaps the luckiest, with the Mike Horn Edition Submersible in Eco-Titanium™ on their wrist, have the chance to take part in an intensive course in the heart of the Arctic Ocean ice alongside the greatest living explorer, Mike Horn. A living legend who loves to share his experience of survival in a hostile environment, his knowledge of Mother Nature and his love for the planet. A fitting echo to Panerai's ecological orientation, which is of course reflected in partnerships linked to the protection of the planet, but also through the development of exclusive recycled titanium or the use of recycled PET for some of its straps.

A remarkable way of selling watches to those who have everything, and one that will undoubtedly continue and even strengthen in 2022 and the years to come...



ROUGE DIOR, TUTTO DIOR IN UN ROSSETTO

Un nuovo Rouge Dior ricaricabile, che è in linea con l'approccio di eco-design del marchio.

Nato nel 1953 dallo stile e dall'abilità dell'inimitabile stilista parigino, Rouge Dior ha rapidamente acquisito il titolo mondiale di rossetto per eccellenza. Sfuggente, audace e affascinante, è stato creato in più di mille sfumature nel corso dei decenni.

Continuando il desiderio di Christian Dior di vestire i sorrisi delle donne di tutto il mondo, Peter Philips, direttore creativo e dell'immagine di Dior Make-up, apre un nuovo capitolo nel 2021, più couture che mai. Svela una nuova sfaccettatura di questo rossetto iconico, un concentrato di modernità in un nuovo astuccio dalla silhouette audace che ora può essere ricaricato: Refill Rouge Dior.

Questo nuovo prodotto fa parte dell'approccio di sviluppo sostenibile intrapreso da anni da Dior, con il suo concetto «Beauty as a Legacy». Dopo aver migliorato la formula del Rouge Dior rendendola più naturale, è ora il packaging che è stato ridisegnato per offrire un prodotto tanto eccezionale quanto ecologico.

Una formula d'autore che è arricchita con cura floreale e che sublima il colore. Una palette di tonalità e finiture perfettamente bilanciate per lusingare tutti i toni di pelle e le attitudini.



-/ A new refillable Rouge Dior, in line with the brand's eco-design approach.

Born in 1953 from the style and know-how of the inimitable Parisian designer, Rouge Dior quickly acquired worldwide status as the lipstick par excellence. Elusive, audacious, charming, it will come in over a thousand shades over the decades.

In keeping with Christian Dior's desire to dress the smiles of women around the world, Peter Philips, Creative Director and Image Director of Dior Makeup, opens a new

chapter in 2021, one that's more couture than ever. Introducing a new facet of this iconic lipstick, a concentrate of modernity in a new case with a bold, refillable silhouette: Refill Rouge Dior.

This new product is part of the sustainable development approach undertaken by Dior for years, with its «Beauty as a Legacy» concept. After improving the Rouge Dior formula by making it more natural, it is now its packaging that has been redesigned, to offer a product that is as exceptional as it is environmentally friendly.

A signature formula enriched with floral care that enhances the color.

A palette of perfectly balanced shades and finishes to flatter all skin tones and suit all moods.

COTE MAGAZINE FINE JEWELLERY

SESTO SENSO DA CARTIER - COLLEZIONE ALTA GIOIELLERIA MAGNIFICA BULGARI
UNA COLLAB' DA SOGNO - BELLEZZA INTERIORE - LUDICO - UN'ODE ALLA NATURA



Romy Schneider

CARTIER

SOTTO L'INFLUENZA DEL 6^E SENSO

Chiamata Sesto Senso, la nuova collezione di alta gioielleria di Cartier è composta da una sapiente miscela di pietre preziose e fine di grande bellezza.

Intervista con Arnaud Carrez, vicepresidente senior, responsabile del marketing di Cartier International, al lancio della collezione a Como.

-/ Cartier's new high jewelry collection, Sixth Sense, features a skillful blend of precious and semi-precious stones. Interview with Arnaud Carrez, Senior Vice President, Chief Marketing Officer, Cartier International, on the occasion of the collection's launch in Como.

Perché la collezione si chiama Sesto Senso?

Arnaud Carrez: Nelle precedenti collezioni di alta gioielleria, eravamo interessati a trovare nomi che fossero abbastanza generici da non bloccare la collezione in un concetto di marketing. Inoltre, abbiamo voluto mostrare ciò che rende unica l'alta gioielleria Cartier, l'impeto creativo della casa. Il sesto senso è irrazionale: è una questione di istinto, di intuizione, e questa raccolta fa appello alle percezioni extrasensoriali. Ha un lato molto misterioso e subliminale. C'è un rapporto speciale tra il pezzo e la persona che lo indossa. Da Cartier, tutto parte dalle pietre e quando vengono indossate, reagiscono in modo diverso.

A causa della particolare situazione sanitaria, le donne indossano i gioielli più belli come una volta?

Ci sono stati meno eventi quest'anno, ma i nostri clienti sono ansiosi di indossare i loro gioielli. Vogliono che organizziamo eventi pensati per loro. Ma si aspettano momenti più intimi, personali, eccezionali, ed è quello per cui ci sforziamo. L'elemento umano è al centro dell'alta gioielleria, a tutti i livelli. Bisogna incontrare i designer, gli artigiani, bisogna sentirli parlare del loro lavoro con emozione e passione, bisogna ascoltare i grandi venditori nelle boutique, che hanno costruito relazioni straordinarie con i nostri clienti, che sono anche loro alla ricerca di queste relazioni.

Il digitale è all'altezza della sfida dell'alta gioielleria?

Per noi, il digitale ha aiutato a compensare le chiusure di negozi che abbiamo sperimentato in molti paesi. Molti eventi digitali sono stati in grado di svolgersi su base individuale tra clienti e personale di vendita. La gioielleria fine esprime la forza e la differenza di questa casa. Deve essere una narrazione permanente. Ci sono così tanti messaggi da trasmettere: le nostre collezioni annuali come Sixth Sense, naturalmente, ma non solo. Abbiamo tante cose da raccontare: il nostro know-how, i nostri impegni responsabili, il valore d'investimento dei pezzi... Rafforzeremo la comunicazione intorno all'alta gioielleria.

A causa della crisi, avete scelto di produrre meno pezzi?

No, la collezione non è più piccola. Volevamo mantenere il carico di lavoro e l'attività nei laboratori. Questo ha sempre fatto parte dell'impegno dell'azienda, indipendentemente dagli alti e bassi e dal contesto. Parliamo del "tempo lungo" dell'alta gioielleria: si evolve al suo ritmo. Abbiamo dovuto chiudere per alcune settimane, ma abbiamo continuato a mantenere una forte relazione con tutti i nostri partner. La collezione Sixth Sense ha 250 pezzi e ne abbiamo già presentati 80 a Como, in Italia. Continuerà a crescere e sarà mostrato durante tutto l'anno negli Stati Uniti alla fine di settembre, poi in Cina e altrove.

E le pietre e la fornitura?

È stato più complicato perché il mercato è stato rallentato, a causa del contesto. Le fiere non si sono potute svolgere, ma questo non ci ha impedito di essere presenti.

Quando disegnate una collezione di alta gioielleria, create pezzi per certi

-/ Why is the collection called Sixth Sense?

In previous high jewelry collections, we have made a point of looking for names that are generic enough so as not to lock the collection into a marketing concept. On the other hand, we wanted to showcase the uniqueness of Cartier fine jewelry, the creative impulse of the house. The sixth sense lies in the realm of the irrational: it is a matter of instinct, of intuition, and this collection calls upon extrasensory perceptions. It has a very mysterious, subliminal side. There is a special relationship between the object and its wearer. At Cartier, everything starts with the stones and when they are worn, they react in a different way.

As a result of the health situation, are women wearing fine jewelry pieces as much as they used to?

There have been fewer events this year, but our clients are keen to wear their jewelry. They want us to host events designed for them. But they expect to experience more intimate, more personal, exceptional moments and that's what we strive for. The human element is at the heart of fine jewelry, at every level. You have to meet the designers, the craftsmen, you have to hear them talk about their work with emotion and passion, you have to listen to the great salespeople in the boutiques, who have built extraordinary relationships with our customers, who are also in demand of these relationships.

Is digital technology up to the challenge of fine jewelry?

For us, digital has made it possible to make up for the store closures we have experienced in numerous countries. Many digital events have been held on a one-to-one basis between customers and sales staff. Fine jewelry expresses our House's strength and difference. It must be a permanent narrative. There are so many messages to convey: our annual collections like Sixth Sense, of course, but not only that. We have so many things to tell: our know-how, our responsible commitments, the investment value of our pieces... We are going to strengthen our communication around fine jewelry.

Because of the crisis, have you chosen to produce fewer pieces?

No, the collection is not any smaller. We wanted to maintain the workload and activity in the workshops. This has always been part of the company's commitment, regardless of the ups and downs and the context.

We talk about the "long time" of fine jewelry: it evolves at its own pace. We had to close for a few weeks, but we continued to maintain a strong relationship with all our partners. The Sixth Sense collection numbers 250 pieces, 80 of which we have already presented in Como, Italy. It will continue to grow and will be shown throughout the year in the United States at the end of September, then in China and elsewhere.

mercati piuttosto che per altri?

No, non vogliamo creare per un mercato, una clientela, una categoria specifica. Le nostre collezioni si rivolgono a un pubblico molto ampio. I nostri clienti sono molto diversi. La clientela sta diventando più giovane perché i mercati cinese e coreano si stanno sviluppando molto fortemente e i clienti di questi paesi che hanno accesso all'alta gioielleria sono sempre più giovani. In Cina, più del 50% dei nostri clienti, globalmente, sono millennials. Ma le nostre collezioni iconiche sono essenzialmente universali e transgenerazionali: da Cartier non siamo ossessionati dalla gioventù.

Come affronterà Cartier il 2022?

Cartier è uscita dalla crisi più forte che mai. L'azienda ha mostrato un'incredibile resilienza durante la crisi. È diventato più forte sia nei gioielli che negli orologi.

Il mercato dei gioielli, in cui siamo leader indiscussi, è molto competitivo e ci sono grandi opportunità di crescita. L'orologeria è un mercato più lento. I marchi del settore del lusso che vanno bene sono quelli che hanno uno stile, un carattere, una personalità. La crisi ha polarizzato il mercato: alcune case hanno guadagnato in desiderabilità e altre sono state ribaltate.

In che modo questa crisi vi ha costretto a cambiare le vostre squadre?

La trasformazione di Cartier è in corso. È iniziato molti anni fa e comporta un cambiamento di cultura. Abbiamo rafforzato molto le squadre locali perché il mondo sta cambiando in modo divergente.

Non possiamo più gestire i mercati come facevamo qualche anno fa. Dobbiamo essere il più vicino possibile ai nostri clienti. Stiamo decentralizzando sempre di più, stiamo rafforzando la nostra vicinanza, abbiamo fiducia nei mercati locali. Per noi, la nozione di "coerenza globale e rilevanza locale" non è solo una parola. Quando parliamo dei nostri prodotti, menzioniamo sistematicamente i nostri impegni, la nostra responsabilità ambientale, per esempio usiamo quasi il 90% di oro riciclato, siamo membri cofondatori del RJC (Responsible Jewellery Council) dal 2005, i nostri diamanti soddisfano i criteri del Kimberley Process, facciamo parte di un consorzio di approvvigionamento di pietre colorate...

E le vendite online?

Hanno accelerato nell'ultimo anno e sono diventati una parte significativa del nostro fatturato. Lo lancio è incredibile.

Non vediamo l'ora di riaprire la boutique di Ginevra. Cosa si può dire al riguardo?

Il progetto di ristrutturazione è straordinario! La boutique di Ginevra sarà molto specifica con la sua area di patrimonio. Il nostro obiettivo è quello di creare boutique che siano veri e propri luoghi di vita, in perfetta armonia con il loro ambiente esterno. Ogni boutique riecheggia la storia della casa e il legame che esiste tra essa e il paese, la città in cui si trova. Riapriremo la boutique di Milano nello stesso periodo di quella sulla 5th Avenue a New York. I nostri clienti sono al centro delle nostre priorità.



What about the stones and the supply?

It has been more complicated because the market operated at a slower pace, due to the context. The trade shows could not take place, but that did not prevent us from being there.

When you design a fine jewelry collection, do you create pieces for certain markets rather than others?

No, we don't want to create for one market, one clientele, one specific category. Our collections are aimed at a very wide audience. Our customers are very diversified. The clientele is getting younger because the Chinese and Korean markets are developing very strongly and the customers in these countries who have access to high jewelry are increasingly young.

In China, more than 50% of our customers are millennials. But our iconic collections are inherently universal and transgenerational: we are not obsessed with youth at Cartier.

How will Cartier approach 2022?

Cartier has emerged from the crisis stronger than ever. The company has shown incredible resilience during this period. It has become stronger in both its jewelry and watchmaking businesses.

The jewelry market, in which we are the undisputed leader, is very competitive and there are great opportunities for growth. Watches are a more static market.

The brands in the luxury sector that are doing well are those that have a style, a character, a personality. The crisis has polarized the market: some companies have gained in terms of desirability while others have been shaken up.

What impact did this crisis have on your teams?

The transformation of Cartier is underway. It started many years ago and involves a change in culture. We have strengthened the local teams a lot because the world is evolving in a divergent way.

We can no longer manage markets as we did years ago. We have to be as close as possible to our clients. We are increasingly decentralizing, strengthening proximity, and trusting local markets. For us, the notion of "global consistency and local relevance" is more than just words.

When talking about our products, we systematically mention our commitments, our environmental responsibility, for instance we use almost 90% recycled gold, we are co-founding members of the RJC (Responsible Jewellery Council) since 2005, our diamonds meet the criteria of the Kimberley Process, we are part of a consortium for sourcing colored stones...

What about online sales?

They have grown rapidly over the past year and have become a significant part of our turnover. The dynamics are incredible.

We are looking forward to the reopening of the Geneva boutique. What can you say about it?

The renovation project is extraordinary! The Geneva boutique will be very specific with its heritage space. Our goal is to create boutiques that are true places of life, in perfect harmony with their exterior environment.

Each boutique echoes the history of the House and the link between it and the country, the city where it is located. We will be reopening the Milan boutique around the same time, as well as the 5th Avenue boutique in New York. Our customers are our top priority.

Sesto Senso CARTIER



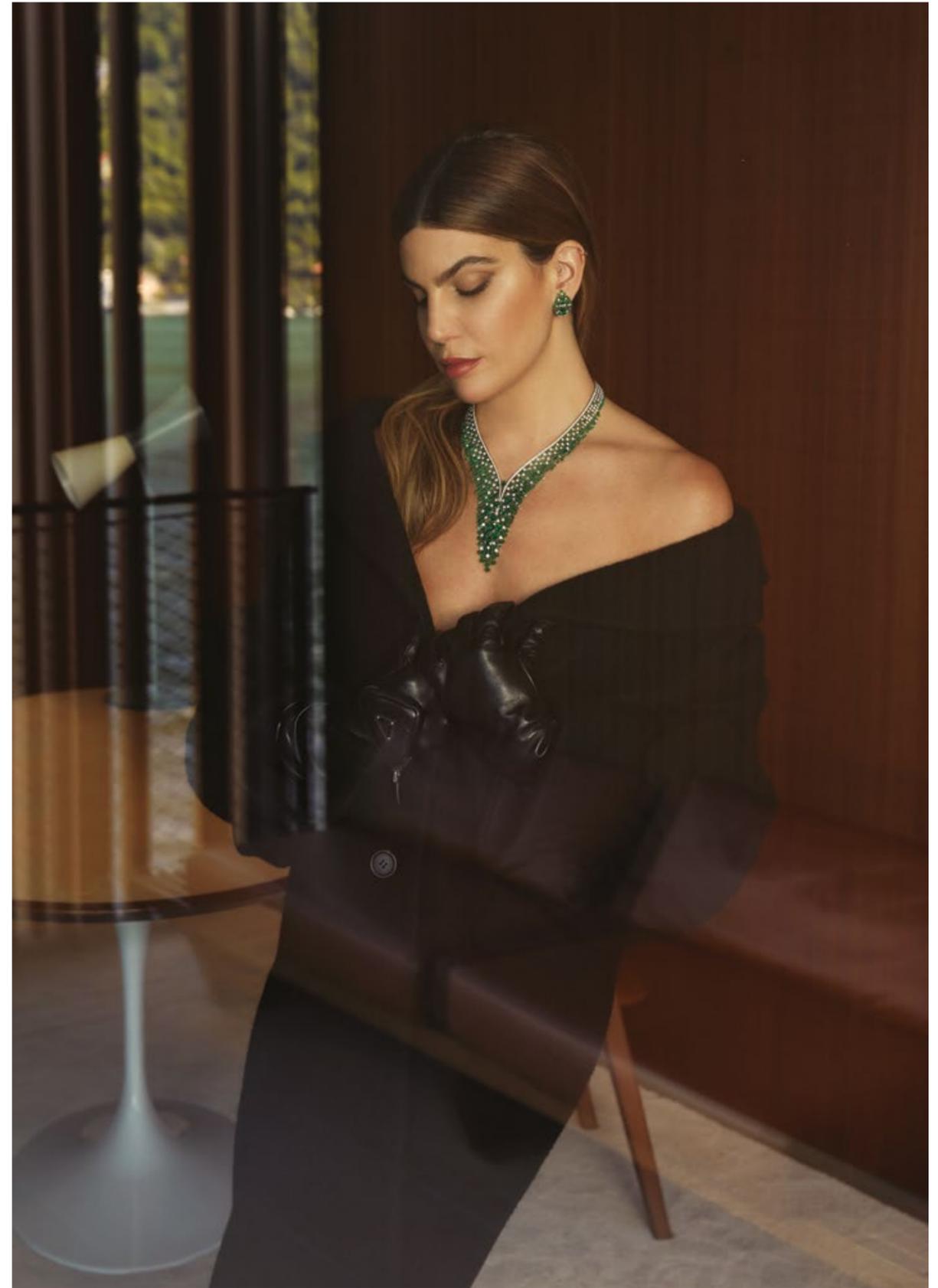
Sulle rive del lago di Como, all'hotel Il Sereno Lago Di Como, Cartier ha presentato la sua nuova collezione di alta gioielleria: Sesto Senso. Pezzi che risvegliano emozioni vertiginose, fino al sesto senso...
Bianca Brandolini, musa della Maison, ci presenta una parte di questa collezione su uno sfondo di dolce vita.

-/ Cartier chose the Il Sereno Lago Di Como hotel, on the shores of Lake Como, to present their new high jewelry collection, Sixth Sense. Pieces that awaken dizzying emotions, up to the sixth sense ...
Bianca Brandolini, Muse of the House, unveils a part of the collection for us, on a backdrop of dolce vita.

Realizzazione : Caroline Schwartz
Fotografo : Julian Hargreaves
Trucco : Helena Komorova
Acconciatura : Andrew Gilda

Sopra:

Collana e orecchini SHARKARA, oro bianco, tormaline rosa, granati, zaffiri colorati e diamanti. Cartier. Vestito Giambattista Valli.



Collana e orecchini ALAXOA, platino, smeraldi e diamanti. Cartier.
Cappotto e guanti Prada.



Anello PARABELIA, platino, zaffiro, smeraldi e diamanti. **Cartier.**
Giacca e set di lingerie **Dolce & Gabbana.**





Collana e orecchini PIXELAGE, oro giallo, topazio, onice, diamanti colorati e diamanti. Cartier.
Vestito Giambattista Valli, pompe Dolce & Gabbana.



Collana MERIDE, oro bianco, onice, cristallo di rocca, diamanti. Cartier.
Vestito Giambattista Valli.



Collezione alta gioielleria *Magnifica* BVLGARI

BVLGARI X TANJA LA CROIX

Tanja La Croix, modella, DJ, produttrice e ambasciatrice della Maison Bulgari, presenta parte di questa collezione sullo sfondo della dolce vita italiana.

-/ Tanja La Croix, a model, DJ, producer and ambassador of the Bulgari House, presents us a part of this collection, on a background of Italian dolce vita.

Pagina sinistra:

La collana Spinello Imperiale che combina uno spinello da 131,21 carati, il quarto più grande conosciuto al mondo, con perle di smeraldo e diamanti in una combinazione di colori verde e rosa caldo, tipica di Bulgari.

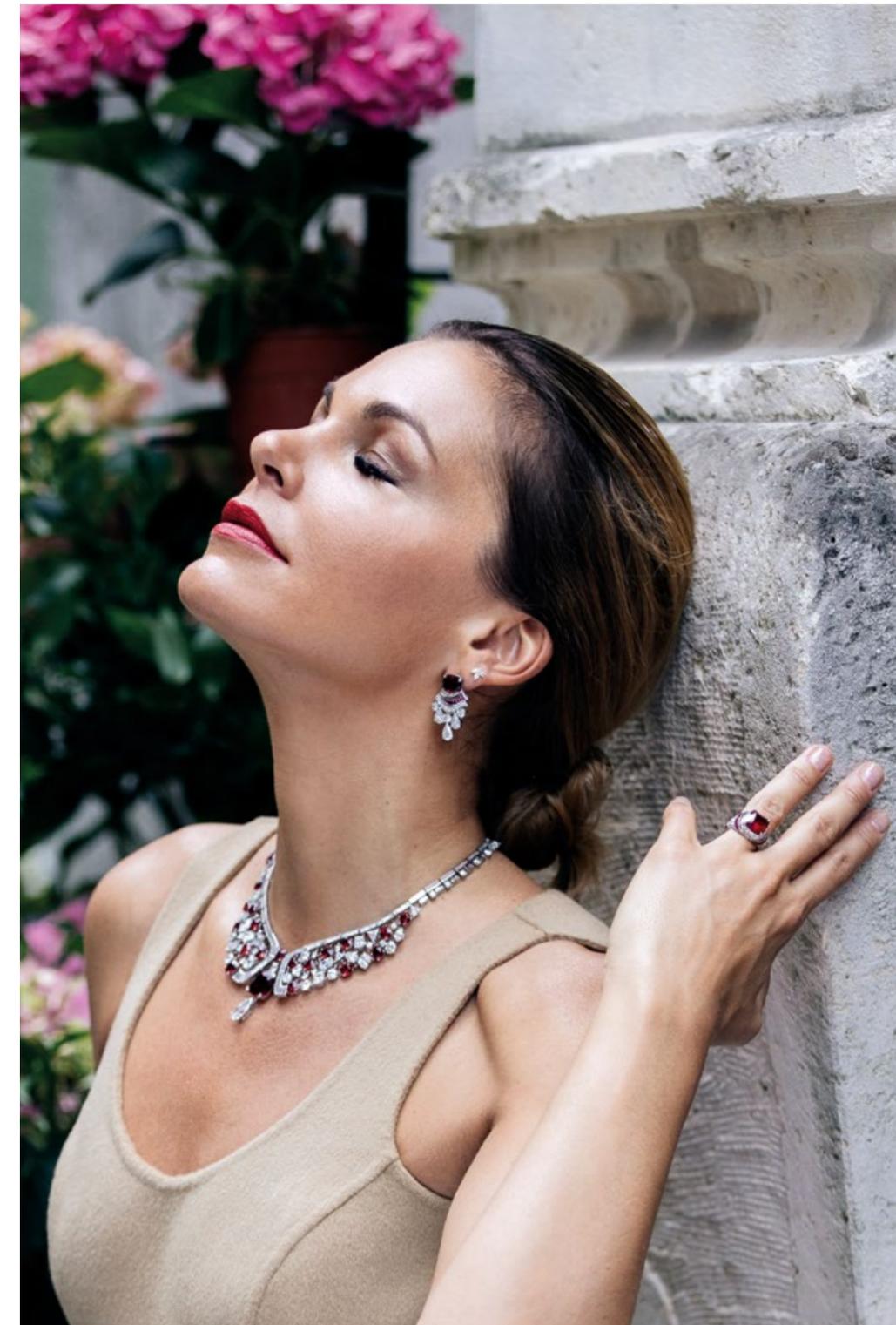
Bulgari

Pagina destra:

Collana in platino con un rubino taglio cuscino (10cts), diamanti di diverse dimensioni (35.46cts) e rubini taglio cuscino (25.38cts).

L'anello Metamorfofi di rubino in platino con un rubino sangue di piccione taglio cushion da 6,80 carati e diamanti (2,3 carati). Orecchini abbinati.

Bulgari





Collana in platino con un diamante giallo taglio a pera (12cts) e diamanti (44cts). Anello e orologio abbinati in oro bianco 18ct con diamanti (51cts). Bulgari



Collana in oro bianco 18ct con smeraldi e diamanti.
Anello in platino con uno smeraldo (6.5cts) e diamanti (2.7cts). Orecchini in oro bianco 18ct con smeraldi (16.5cts) e diamanti (7.6cts). Bulgari

UNA COLLAB' DA SOGNO

-/ A DREAM COLLAB'

Messika crea un evento nell'autunno del 2021 con la seconda opera della sua collezione di alta gioielleria nata dalla sua eccezionale collaborazione con Kate Moss. Una vera storia di successo chiamata semplicemente Messika di Kate Moss...

-/ This back to school season, Messika introduces the second opus of her high jewelry collection born from her exceptional collaboration with Kate Moss. A true success simply named Messika by Kate Moss...

Bucherer Lugano - Via Nassa 56, 6900 Lugano - Tel. +41 91 923 14 24 - www.bucherer.com - www.messika.com



Valérie Messika e Kate Moss, sia complici che partner, nel mezzo di un processo creativo.

Valérie Messika è benedetta dagli dei. Figlia di un commerciante di diamanti che le ha insegnato i trucchi del mestiere, intransigente sulla qualità delle pietre e ultra creativa, aveva tutto per avere successo nel mondo spesso feroce della gioielleria.

Il suo successo è ormai innegabile, non solo in Francia ma anche a livello internazionale, con una menzione speciale per gli Stati Uniti. Le donne americane sono davvero pazze di Messika, ma ora anche le inglesi. Valérie Messika lavora con Kate Moss, la donna britannica più famosa, subito dopo Sua Maestà, sempre più bella, ultra-trendy e... talentuosa.

Con Kate, Valérie forma un duo di carattere creato da entrambe, e con una sola parola d'ordine: la libertà. La libertà di uscire dai sentieri battuti per sorprendere, sedurre ed offrire qualcosa di nuovo. Il risultato è all'altezza di questa collaborazione da sogno. Sipario

esclusivo sulla seconda opera di Messika di Kate Moss. Messika by Kate Moss è una collezione eclettica ma magistrale che rende omaggio alla donna poliedrica. I pezzi passano da una morbidezza estrema a volumi sovradimensionati, da re diamanti a pietre dure ed impossessano ogni parte del corpo.

Anelli, collane, creole, cavigliere, gioielli per la testa, c'è di integralità... Pezzi selezionati con alcuni nuovi modelli nel design XXL del set Colour Play Malachite in cui la malachite assume l'aspetto di gocce. Montati su oro giallo, orlati di diamanti, pendono come da un filo. Una maglia invisibile punteggiata a sua volta da diamanti taglio pera. Un effetto decisamente contemporaneo, che impone una pietra dura nel serraglio dell'alta gioielleria in numerosi pezzi, uno più forte dell'altro. Gioielli per la testa, collane, orecchini, anelli a tre dita, bracciali... Tante meraviglie da scoprire nei prossimi giorni, sublimate dalle due donne del momento.



Kate Moss osa accumulare alta gioielleria, risplendendo con questa cascata di pezzi del set Colour Play Malachite.



Gioiello da testa Colour Play Malachite della collezione Messika By Kate in oro giallo, malachite e diamanti.



Bague 3 doigts Colour Play Malachite issu de la collection Messika By Kate en or jaune, Malachite et diamants.

-/ Valérie Messika is blessed by Gods. Daughter of a diamond dealer who taught her the tricks of the trade, uncompromising in the quality of stones and ultra creative, she had everything to succeed in the sometimes fierce world of jewelry.

Her success is now undeniable, in France but also internationally, with a special mention for the United States. American women are indeed crazy about Messika, but now the English as well.

Valérie Messika collaborates with Kate Moss, the most famous British woman, just after Her Majesty, universal, ever more beautiful, ultra-trendy and... talented.

With Kate, Valérie makes a characterful duo that creates together, with one watchword: freedom. The freedom to get off the beaten track in order to surprise, to seduce, to offer something new.

Messika by Kate Moss is an eclectic but mastered collection that pays tribute to

the multi-faceted woman. The pieces go from extreme softness to oversized volumes, from king diamonds to hard stones and take over all parts of the body.

Rings, necklaces, creoles, anklets, head jewels, all for the joy of femininity in its entirety...

As here with the XXL models of the Colour Play Malachite set, for which the malachite takes on the appearance of drops. Mounted on yellow gold, hemmed with diamonds, they are suspended as if by a thread. An invisible link punctuated in turn by pear-cut diamonds. A definitely contemporary effect, establishing a hard stone in the seraglio of high jewelry and available in numerous variations, each more powerful than the last. Head jewel, necklace, earrings, three-finger ring, bracelet...

So many wonders sublimated by the two women of the hour.

BELLEZZA INTERIORE

-/ INNER BEAUTY

La nuova linea floreale di Gübelin Jewellery si ispira al mondo interno di uno zaffiro padparadscha. Chiamato «Lily Dew», fa eco alla bellezza di questa pietra e presenta una selezione colorata di gemme taglio cabochon.

-/ The new floral line from Gübelin Jewellery is inspired by the inner world of a padparadscha sapphire. Called «Lily Dew», it echoes the beauty of this stone and features a colorful selection of cabochon-cut gemstones.

Un assortimento di pietre colorate taglio cabochon per l'anello Lily Dew "Single Flower" in oro bianco con uno zaffiro blu, zaffiri pastello e diamanti.



Con la collezione "Lily Dew", Gübelin Jewellery aggiunge un nuovo capitolo alla storia del suo pilastro creativo "Aurora". Questa nuova linea è una microfotografia di un imponente zaffiro padparadscha. Presenta un'interpretazione della struttura della gemma stessa. Tante tenere gocce di rugiada sui fiori che brillano al sole del mattino.

"Lily Dew" utilizza gemme colorate tagliate a cabochon combinate con diamanti. Un nastro di diamanti incastonati su una guida delinea il bordo orlato di un fiore a cinque petali. I toni pastello sono onnipresenti, che siano zaffiri, tormaline o ametiste che esaltano l'iconico rubino. L'oro bianco mette in risalto i toni blu scintillanti, mentre l'oro rosso si armonizza con le pietre dai toni più caldi.

Tra i molti modelli "Lily Dew", pezzi selezionati con tre stili di anelli. Tutti contemporanei, che incarnano la modernità, la giovinezza e la freschezza, hanno ciascuno il proprio carattere. Flower Bouquet presenta tre fiori che sembrano crescere da un anello aperto. Single Flower presenta un singolo fiore centrale. Petal Ring opta per un anello aperto, permettendo di indossarlo come un accumulato.

-/ With this «Lily Dew» collection, Gübelin Jewellery adds a new chapter to the history of its creative pillar «Aurora». A new line that is inspired by a photomicrography of an imposing padparadscha sapphire. It features an interpretation of the structure of the gem itself. So many tender dewdrops on flowers glistening in the morning sun.

«Lily Dew» uses cabochon-cut colored gemstones combined with diamonds. A ribbon of diamonds set on a rail outlines the hemmed edge of a five-petal flower. Pastel tones are omnipresent, whether sapphires, tourmalines or amethysts, enhancing the iconic ruby. White gold highlights the shimmering blue tones, while red gold harmonizes with stones in warmer tones.

Among the many «Lily Dew» models, let's take a look at three ring styles. All contemporary, embodying modernity, youth and freshness, they each have their own character. Flower Bouquet features three flowers that seem to grow out of an open ring. Single Flower features a majestic central flower. Petal Ring offers an open ring that allows it to be worn cumulatively with others.

Tre nuovi indispensabili che si uniscono a varie collane e orecchini. Tutti questi tesori sono la prova della creatività di Gübelin Jewellery, i cui designer scavano costantemente negli archivi dell'azienda e portano le loro interpretazioni contemporanee ispirate all'affascinante mondo interno delle pietre preziose. E tutto questo in un contesto di bellezza, artigianato e abilità.

Anelli "Petal Ring" Lily Dew in oro bianco con uno zaffiro biondo, o in oro rosa con uno zaffiro rosa, entrambi arricchiti da diamanti.



Three new must-haves that complement various necklaces and earrings. Each of these treasures testifies to the creativity of Gübelin Jewellery, whose designers never cease to delve into the company's archives whilst bringing their own contemporary interpretation inspired by the fascinating inner world of gems. All while respecting the brand's tradition of beauty, knowledge and craftsmanship.

www.gubelin.com

La competenza di Gübelin Jewellery nell'incastonare l'anello Lily Dew "Flower Bouquet", qui in oro bianco e rosa, con due zaffiri rosa, un'ametista, zaffiri pastello e diamanti.

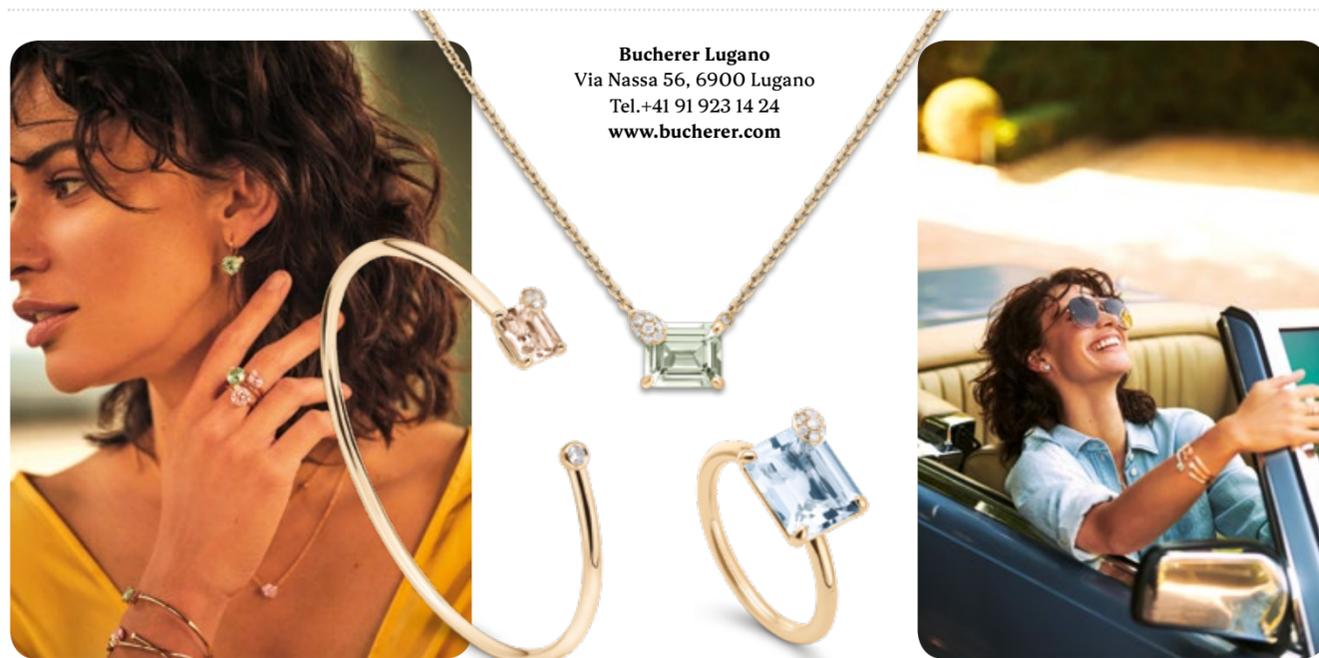


LUDICO

-/ PLAYFUL

Bucherer Fine Jewellery sta espandendo la sua collezione Peekaboo con una nuova dimensione di pietra e nuovi colori. Questo aumenterà il potere seduttivo di una linea posta sotto il segno del buon umore.

-/ Bucherer Fine Jewellery is expanding its Peekaboo collection with a new stone cut and new colors. The perfect way to maximize the seductive power of a line that is all about good moods.



Bucherer Lugano
Via Nassa 56, 6900 Lugano
Tel.+41 91 923 14 24
www.bucherer.com

Quando si pensa a un Peekaboo, ci viene in mente un personaggio dei cartoni animati, un gioco per bambini, un divertimento... Ed è il caso quando scopriamo la collezione Peekaboo di Bucherer Fine Jewellery.

Una linea piena di energia, un'ode alla giovinezza ed alla spontaneità, con uno sfondo di eleganza e femminilità. Peekaboo è tutta una questione di colore, tutti i colori dell'arcobaleno, il volume attraverso le diverse dimensioni delle pietre, e lo scintillio attraverso un'impostazione originale.

I colori, abbinati all'oro, sono quelli delle morganiti che variano dal pesca al rosa ghiacciato, dei berilli gialli che assumono toni mielosi, delle acquemarine rinfrescanti e delle ametiste, delle prasioliti e degli altri peridot con vibranti sfumature di verde... Il volume è tradotto da gemme tagliate incastonate su linee d'oro che formano braccialetti rigidi, anelli, pendenti, orecchini. Esistono diversi tagli: rotondo, brillante, cuscino, a cui si aggiunge ora il taglio smeraldo, caratterizzato da sfaccettature rettangolari e che fa risaltare la leggerezza di una pietra. La brillantezza creata dall'impostazione originale di ogni pietra richiede quattro artigli, uno dei quali è sovradimensionato e pavimentato con diamanti scintillanti.

Un effetto di stile unico combinato con una versatilità infinita che permette a tutti non solo di trovare il pezzo Peekaboo dei loro sogni, ma anche di indulgere nell'arte dell'accumulo.

-/ When one thinks of a Peekaboo, it's a cartoon character that comes to mind, a child's game, a joke... Which is the case when discovering the Peekaboo collection from Bucherer Fine Jewellery.

A line full of energy, an ode to youth and spontaneity, with a background of elegance and femininity. Peekaboo rhymes with colors, all those of the rainbow, volume, through different stone cuts, and brilliance through an original setting.

The colors, combined with gold, are those of morganites that vary from peach to icy pink, yellow beryls taking on honey tones, refreshing aquamarines and amethysts, prasiolites and other peridots with vibrant shades of green... The volume is translated into cut gems set on gold lines forming rigid bracelets, rings, pendants, earrings. Different cuts: round, brilliant, cushion, to which is added today the emerald cut, characterized by rectangular facets and emphasizing the lightness of a stone. The brilliance created by the original setting of each stone calls for four claws, one of which is oversized and paved with sparkling diamonds.

A unique stylistic effect combined with endless versatility, allowing everyone not only to find the Peekaboo piece of their dreams, but also to indulge in the art of accumulation.



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

UN' ODE ALLA NATURA

-/ AN ODE TO NATURE

In parallelo alla settimana della couture parigina, che è avvenuto lo scorso luglio, il massimo dell'alta gioielleria ha presentato le sue nuove collezioni con un filo conduttore... un omaggio a la natura. I fiori, l'arte del giardinaggio, la luce e gli animali sono tutti temi di grande ispirazione, senza dimenticare l'emozione. L'emozione che si prova ballando, per esempio, o quella causata da una creatività esacerbata...

-/ In parallel with the Paris couture week that took place last July, the ultimate in high jewelry presented its new collections with a common thread... a tribute to nature. Flowers, the art of gardening, light, and animals are all very inspiring themes, not to mention emotion. The one we get from dance for instance, or the one brought about by an exacerbated creativity...



BULGARI

Come se volesse sorprendere la crisi sanitaria, Bulgari presenta Magnifica. La collezione più preziosa mai creata dalla Casa. Avrà richiesto centinaia di migliaia di ore di lavoro meticoloso e riflette la più straordinaria alleanza mai raggiunta tra pietre preziose eccezionali, competenza senza pari e design audace. Il programma comprende 350 capolavori che incarnano perfettamente il DNA di Bulgari, i suoi 137 anni di esperienza e competenza nella lavorazione delle pietre più eccezionali. Collier Magnifica en or blanc, serti d'éléments en onyx, d'une rubellite de 21,06 carats et de diamants.

-/ As if to thumb its nose at the health crisis, Bulgari unveils Magnifica. The most precious collection ever created by the house. It required hundreds of thousands of hours of painstaking work and reflects the most extraordinary alliance ever achieved between exceptional gemstones, unparalleled craftsmanship and bold design. The collection of 350 masterpieces embodies Bulgari's DNA, its 137 years of experience and expertise in working with the most exceptional stones.

Magnifica necklace in white gold, set with onyx elements, a 21.06-carat rubellite and diamonds.



BOUCHERON

Catturare la bellezza dell'effimero, ritrascrivere la sua emozione fugace, è la sfida di Claire Choisne, direttore creativo di Boucheron, in questa collezione Carte Blanche Holographique. Se la luce ha il potere di cambiare ciò che la circonda, questi nove set di 25 pezzi unici approfondiscono le radici stesse di questo fenomeno fotosensibile e la sua etimologia greca: "rappresentare tutto". Così, ogni modello non opta per una sola tonalità, ma per tutte, assumendo talvolta l'aspetto di un arcobaleno.

Collana Halo in oro bianco e cristallo di rocca olografico con diamanti.

-/ Capturing the beauty of the ephemeral, transcribing its fleeting emotion, this is the challenge accepted by Claire Choisne, director of Boucheron creations, in this Carte Blanche Holographic collection. If light has the power to change what surrounds it, these nine sets of 25 unique pieces delve into the very roots of this photosensitive phenomenon and its Greek etymology: "to represent everything". Thus, each model does not opt for a single hue, but for all of them, sometimes taking on the appearance of a rainbow.

Halo necklace in white gold and holographic rock crystal set with diamonds.

DIOR JOAILLERIE

Dopo la rosa figurativa svelata all'inizio dell'anno, la nuova collezione di alta gioielleria Dior Rose celebra la completa ristrutturazione del palazzo privato al 30 di avenue Montaigne. L'ambiente storico della casa rinascerà con un giardino sul tetto che ha ispirato Victoire de Castellane, direttore artistico dei gioielli Dior per oltre venti anni. Offre un bouquet eccezionale di 116 gioielli, tra cui la rosa romantica, la rosa di vetro colorato, la rosa futuristica e la rosa astratta couture.

Collana Dior Rose in oro bianco e giallo con diamanti, zaffiri blu, zaffiri viola, granati tsavorite, smeraldi, granati malva, granati demantoidi, ametiste e tormaline Paraiba.

-/ After the figurative rose unveiled earlier this year, the new Dior Rose high jewelry collection celebrates the complete renovation of the mansion at 30 Avenue Montaigne. The house's historic setting will be reborn with a rooftop garden that inspired Victoire de Castellane, Dior's artistic director for over twenty years. She offers an exceptional bouquet of 116 jewels, including romantic roses, stained glass roses, futuristic roses and abstract couture roses.

Dior Rose necklace in white and yellow gold set with diamonds, blue sapphires, purple sapphires, tsavorite garnets, emeralds, purple garnets, demantoid garnets, amethysts and Paraiba tourmalines.



HERMÈS

Con Kellymorphose, Hermès passa da un territorio all'altro, dall'haute maroquinerie all'haute joaillerie, dalla famosa borsa Kelly ad un gioiello. In altre parole, la quintessenza dello chic combinato con un gusto pronunciato per la fantasia.

Précieux Kelly collana lunga in oro rosa e diamanti

-/ With Kellymorphose, Hermès moves from one territory to another, from haute maroquinerie to haute joaillerie, from the famous Kelly bag to a jewel. In other words, the quintessence of chic combined with a strong taste for fantasy.

Précieux Kelly long necklace in pink gold and diamonds.

**VAN CLEEF & ARPELS**

Nella sua ricerca dell'eccellenza, della bellezza e dell'armonia, Van Cleef & Arpels ha sempre attinto alla danza come fonte infinita di ispirazione. Se l'arte del balletto lo ispira con grazia, il gioielliere ci offre un passo di due creazioni nel corso delle sue attuali novità e va oltre sostenendo la danza contemporanea. Attraverso Dance Reflections, Van Cleef and Arpels esprime la sua volontà di sostenere il patrimonio coreografico, di accompagnare la creazione contemporanea e di far conoscere questo universo artistico al maggior numero di persone possibile.

Clip Ballerina Camille in oro bianco e giallo, con smeraldi, zaffiri gialli e diamanti.

-/ In its quest for excellence, beauty and harmony, Van Cleef & Arpels has always drawn on dance as an infinite source of inspiration. If the art of ballet has inspired the brand to create a graceful pas de deux, the jeweler goes even further by supporting contemporary dance. Through Dance Reflections, Van Cleef and Arpels expresses its desire to support the choreographic heritage, to accompany contemporary creation and to make this artistic universe known to as many people as possible.

Ballerina Camille clip in white and yellow gold, set with emeralds, yellow sapphires and diamonds.

**CARTIER**

Con la sua collezione Sixth Sense, Cartier fa appello alle emozioni in generale e ad alcune, più vivide di altre, trasportandoci in un momento di estrema felicità, passato, ma ancora presente.

Un pezzo scelto con questa sublime collana Coruscant. Una cravatta ultra-preziosa che totalizza sei dimensioni di diamanti per offrire una geometria unica. Qui è incastonato in maestà, indossato sul profondo décolleté dell'attrice, cantante e musicista Golsgifteh Farahani. Una donna impegnata nella libertà, nell'immagine di questa collezione Sixth Sense.

-/ With its Sixième Sens collection, Cartier appeals to emotion in general and to some, livelier than the others, carrying us in a moment of extreme happiness, past, but still present. Piece chosen with this sublime Coruscant necklace. An ultra-precious tie which totals six diamond cuts to offer unique geometry. He is put here in majesty, carried on the deep cleavage of the actress, singer and musician Golsgifteh Farahani. A committed woman in love of freedom, resembling this Sixième Sens collection.

Collana CORUSCANT in platino con diamanti.

**PIAGET**

Con questa collezione Extraordinary Lights, Piaget rende omaggio alla luce, a tutte le luci magiche, misteriose e radiose che rendono la natura così bella e certi momenti così unici. Uno spettacolo straordinario composto da 48 creazioni: 44 pezzi di alta gioielleria e 4 orologi raggruppati sotto tre tipi di luce, illustrati attraverso l'asimmetria, il colore, la fluidità e lo spirito giocoso. Festive Lights, Infinite Lights et Magical Lights che mettono in risalto lo smeraldo.

Bague Magical Aurora en or blanc sertie d'une émeraude de Colombie de 4,78 carats et de diamants taille brillant et taille baguette.

-/ With this Extraordinary Lights collection, Piaget pays tribute to light, to all the magical, mysterious, radiant lights that make nature so beautiful and certain moments so unique. An extraordinary show made of 48 creations: 44 pieces of high jewelry and 4 watches grouped under three types of lights, illustrated through asymmetry, color, fluidity and a playful spirit. Festive Lights, Infinite Lights and Magical Lights that highlight the emerald.

Magical Aurora ring in white gold set with a 4.78-carat Colombian emerald and brilliant and baguette-cut diamonds.



CHANEL

Per celebrare il 100° anniversario del famoso profumo N°5, Patrice Leguéreau, direttore dello studio di creazione di gioielli di Chanel, ha creato la "N°5 Collection", la prima e unica parure di alta gioielleria dedicata a un profumo. E questo, attraverso 5 temi. I fiori con un lavoro in volume, il tappo grazie al taglio a smeraldo, il numero per il quale il disegno del numero 5 diventa un campo creativo, il flacone, riconoscibile con la sua silhouette geometrica e infine, la traccia per tradurre la rivoluzione olfattiva del profumo N°5 con pezzi a motivi astratti che si irradiano e si fondono sul corpo, come un profumo...

Collezione "N°5", collana May Rose in oro rosa e platino con diamanti, zaffiri rosa e perle coltivate.

-/ To celebrate the famous N°5 perfume's 100th anniversary, Patrice Leguéreau, Director of Chanel's Jewelry Creation Studio, has created the "N°5 Collection", the first and only High Jewelry set dedicated to a perfume. The collection is divided into 5 themes. The Flowers with a work in volume, the stopper thanks to the emerald cut, the number for which the drawing of the number 5 becomes a creative field, the bottle, recognizable with its geometrical silhouette and finally, the scent trail to translate the olfactory revolution of the N°5 perfume, with pieces with abstract patterns that radiate and melt on the body, like a perfume...

"N°5" Collection, May Rose necklace in pink gold and platinum set with diamonds, pink sapphires and cultured pearls. Chanel Haute Joaillerie.

BUCCELLATI

Le joaillier italien propose son propre jardin à travers sa collection baptisée simplement Il Giardino Di Buccellati. Une évocation précieuse de fleurs variées, resplendissantes et colorées pour des bijoux joyeux qui semblent renfermer des parfums uniques. Les inspirations sont évidentes, la géométrie de la nature et la palette chromatique dignes des peintres impressionnistes.

Manchette in oro jaune e oro bianco gravés, sertie d'une tourmaline verte de 20,11 carats, de diamants blancs et de saphirs bleus et roses.

-/ The Italian jeweler offers its own garden through its collection simply named Il Giardino Di Buccellati. A precious evocation of varied, resplendent and colorful flowers for joyful jewelry that seems to contain unique perfumes. The inspirations are obvious, the geometry of nature and the chromatic palette worthy of impressionist painters. Engraved yellow and white gold cuff set with a 20.11 carat green tourmaline, white diamonds and blue and pink sapphires.

GUCCI

Si alza il sipario sulla seconda collezione di alta gioielleria di Gucci sotto la direzione del direttore creativo Alessandro Michele. Hortus Deliciarum, che significa giardino delle delizie, si ispira alla bellezza effimera ma ricorrente del cielo, dei suoi colori cangianti e delle costellazioni. Non meno di 116 pezzi, la maggior parte dei quali unici, sono strutturati intorno a quattro temi. Paesaggi naturali, il cielo al tramonto, giardini di rose e il regno animale.

Bracciale solitario in oro bianco con rubellite da 35,88 carati e diamanti.

-/ The curtain rises on Gucci's second high jewelry collection under the responsibility of Alessandro Michele, the house's creative director. Hortus Deliciarum, which means garden of delights, is inspired by the ephemeral yet recurring beauty of the sky, its changing colors and constellations. No less than 116 pieces, most of them unique, are presented around four themes. Natural landscapes, the sky at sunset, rose gardens, and the animal kingdom.

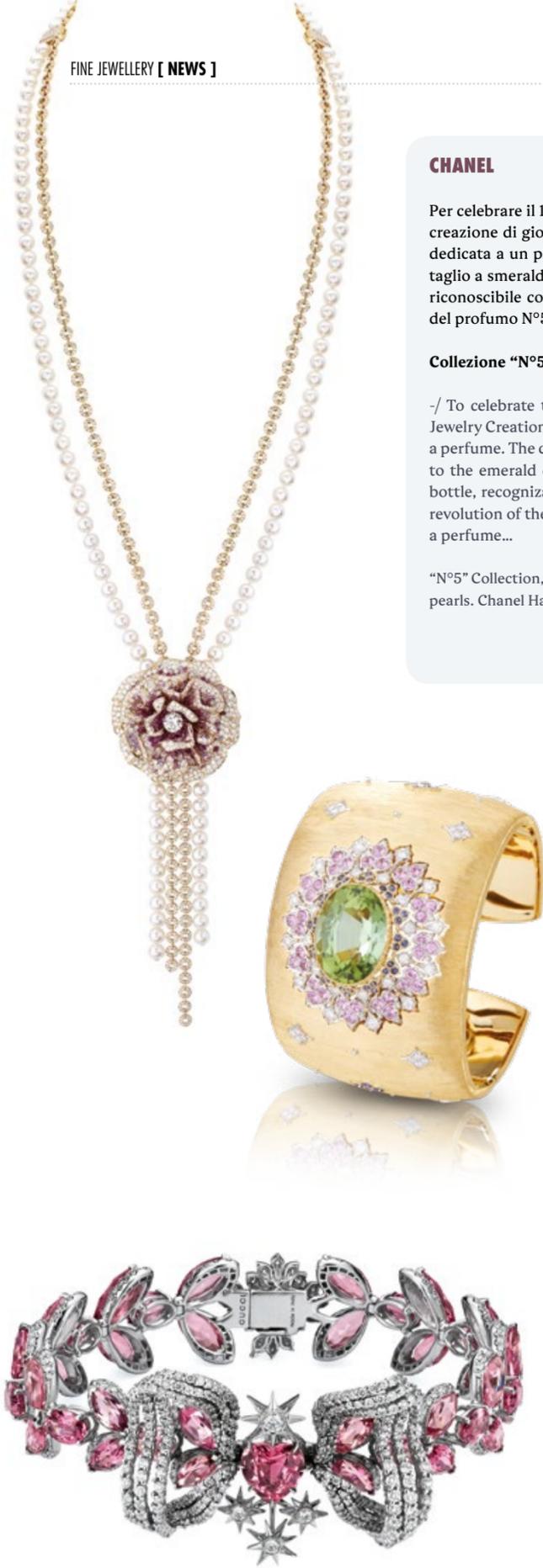
White gold solitaire bracelet set with a 35.88 carat rubellite and diamonds.

COTE MAGAZINE LOOKBOOK

BACK TO SCHOOL - FASHION SHOW - TRENCH-COAT STORY
CRUSH ACCESSORIES - LEZIONE DI QUADRETTI - FORMAZIONE DEL VOLUME



Finale della sfilata Chanel A-H 2021/22



TRENCH-COAT *STORY*

Ecco tutto quello che bisogna sapere sul trench, dalla trincea alla passerella, da Churchill a Kate Moss...

-/ Here's everything you need to know about the trench coat, from the trenches to the catwalks, from Churchill to Kate Moss...

Nel 1880, un apprendista disegnatore, Thomas Burberry, creò il gabardine, un tessuto che proteggeva dal freddo e resisteva alla pioggia grazie alla sua tessitura. Convinto del potenziale della sua gabardina, brevettò la sua invenzione. Nel 1905, il primo negozio internazionale aprì a Parigi e dieci anni dopo, il trench in gabardina era di gran moda in Giappone. Burberry divenne allora un'istituzione. Ma ciò che ha veramente stabilito la reputazione dell'azienda è stato il suo titolo di fornitore delle grandi spedizioni polari, poi dell'esercito britannico durante la prima guerra mondiale. Thomas Burberry ha immaginato il Trench-Coat adattato al combattimento in trincea, da cui il suo nome "trench-coat". Migliaia di soldati indossarono questo "trench coat" tra il 1914 e il 1918 e continuarono ad indossarlo al loro ritorno, rendendolo popolare in città. Dopo la guerra, il re Giorgio V ha reso omaggio alla marca facendola diventare la sua vestaglia ufficiale.

Un tempo appannaggio dei look preppy, il trench è diventato un pezzo di tendenza indossato da tutti. Oggi, quasi ogni casa di moda rivisita questo pezzo cult. Ecco una recensione.

-/ In 1880, a draper's apprentice, Thomas Burberry, created gabardine, a fabric that protects from the cold and resists rain thanks to its weaving.

Convinced of the potential of his gabardine, he patented his invention. In 1905, the first international store opened in Paris and ten years later, the gabardine trench coat was all the rage in Japan. Burberry became an institution. But what really established the reputation of the house was its title of supplier of the great polar expeditions, then of the British army during the First World War. Thomas Burberry imagined the Trench-Coat fitted for combat in the trenches, hence its name "trench-coat". Thousands of soldiers will wear this "trench coat" between 1914 and 1918 and will continue to wear it on their return, popularizing it in town. After the war, King George V paid tribute to the brand by making it his official dresser.

If it used to be the prerogative of preppy looks, the trench coat has since become a trendy piece worn by everyone. Today, pretty much every fashion house has revisited this cult piece.



WINSTON CHURCHILL
IN UNIFORM TRENCH-COAT

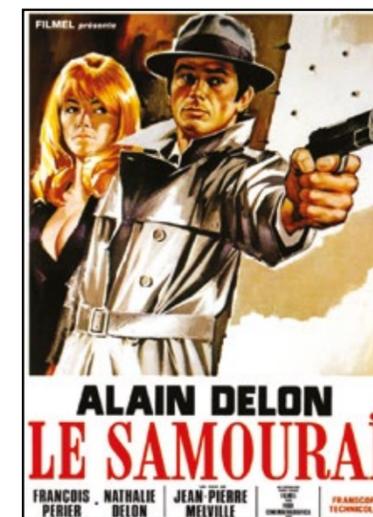


KATE MOSS
APPASSIONATO DEL TRENCH

Indossato nelle scene culte di film leggendari, il trench è un simbolo anche nel cinema.
-/ Worn in cult scenes of legendary movies, the trench coat is also a symbol in cinema.



AUDREY HEPBURN
BREAKFAST AT TIFFANY'S (1961)



ALAIN DELON
LE SAMOURAÏ (1961)



HUMPHREY BOGART
CASABLANCA



CATHERINE DENEUVE
LES PARAPLUIES DE CHERBOURG (1964)



BRIGITTE BARDOT
BABETTE S'EN VA-T-EN GUERRE (1959)



MARILYN MONROE
LET'S MAKE LOVE (1960)

SFILATE AUTUNNO-INVERNO 2021/22

COME TELA D'ESPRESSIONE, GLI STILISTI GLI DANNO UNA SVOLTA E PORTANO IL TRENCH ALLA RIBALTA..



IN PELLE CON RICAMO
- **FENDI**



TRENCH-CAPO - **HERMÈS**



VERSIONE EFFORTLESS - **CÉLINE**



AMIRI



BURBERRY



FENDI



IN PELLICCIA - **BURBERRY**



SOVRAPPOSIZIONE - **CHLOÉ**



TRENCH-PIUMINO - **SACAI**



CASABLANCA BRAND



PER I BAMBINI - **BONPOINT**



LOUIS VUITTON

MENSWEAR FALL 2021/22

AS A CANVAS FOR EXPRESSION, DESIGNERS GIVE IT A TWIST AND BRING THE TRENCH COAT TO THE FOREFRONT...

CRUSH ACCESSORIES

Amore a prima vista per questi nuovi accessori. E il nero per gli accessori è una certezza!

-/ Love at first sight for these new accessories. And black for accessories is a must!



CAPELLO RICO - MAISON MICHEL



SANDALI IN PELLE DI LANA - HERMÈS



BORSA FENDI FIRST

CINGHIE CATENA - CHANEL



D-FIGHT ANKLE BOOT - DIOR



GUANTI CON TASCHE - PRADA

BACK TO SCHOOL

Moda Autunno-Inverno 21/22. Programma della stagione.

-/ Fashion Autumn-Winter 21/22. Season's timetable.



Etro



Johanna Ortiz

SCIENZA DELLA NATURA

Le stampe rendono omaggio alla natura. Animali, fiori, foglie...

-/ The prints pay tribute to nature. Animals, flowers, foliage...



Dolce & Gabbana



Fendi



Céline



Dior

LEZIONE DI QUADRETTI

È il modello protagonista della stagione autunno-inverno. Tartan, bucheron, tartan e altri, tutti i quadretti sono di tendenza!

-/ It is the star pattern of the autumn winter season. Tartan, bucheron, tartan and others, all checks are in!



COURREGES



MAX MARA



DIOR



HERMES

CELINE



COTE 76 AUTUNNO 2021



STELLA MCCARTNEY

FORMAZIONE DEL VOLUME

- TEACHING VOLUMES

1. Marc Jacobs
2. Louis Vuitton
3. Prada
4. Burberry
5. Loewe



1.



2.



3.



4.



5.

Lucentezza

*Come risplendere in inverno.
- / How to sparkle in winter.*



1. Burberry

2. Balmain

3. Alberta Ferretti

4. Versace

5. Isabel Marant

6. Dolce & Gabbana

7. Chanel

8. Saint Laurent

RICERCA DEL DOLCEVITA

Mettetelo come un sotto-maglione e lo amerete sotto una camicia. Stampato, semplice, sottile, spesso o strutturato, divertiti con il dolcevita quest'inverno.

-/ Layer it as an under-sweater and you'll love it under a shirt. Printed, plain, thin, thick or textured, have fun with the turtleneck this winter.

CHANEL

PRADA

HERMES

ALBERTA FERRETTI

VALENTINO

ETNOLOGIA

QUANDO LA MODA SI ISPIRA A CULTURE LONTANE, DIVENTA UNA FONTE DI ISPIRAZIONE, UN CIRCOLO VIRTUOSO CHE INVITA AL VIAGGIO.

-/ WHEN FASHION IS INSPIRED BY DISTANT CULTURES IT BECOMES A SOURCE OF INSPIRATION, A VIRTUOUS CIRCLE THAT INVITES TRAVEL.

1. MIU MIU
2. VLLA JOHNSON
3. ETRO
4. CHLOÉ
5. ETRO
6. ALAÏA
7. ISABEL MARANT



ART LESSONI



Chanel



Balmain



Saint Laurent



Versace

Monocromatico o no, ravviviamo il nostro look invernale con un po' di colore. Un pezzo unico o un total look per le più audaci.

-/ Monochrome or not, brighten up your winter look with color. A single piece or a full look for the most daring.

Jacquemus



Etro



Courrèges



Mira Mikati

COTE MAGAZINE URBAN CITYGUIDE

DECORAZIONE - SHOPPING - BELLEZZA - WELLNESS - GASTRONOMIA - HOTEL



Publicity portrait of British-born actor Elizabeth Taylor in a yellow dress as she stands in front of an artificial Christmas tree amidst a pile of opened presents, including a television set, clothing, and a radio, circa 1950s, ©Hulton Archive.



MD Creative Lab, l'eccellenza nell'architettura e nell'interior design

Noti per la loro competenza nel realizzare progetti in cui si fonde un'armonia perfetta tra funzionalità, bellezza, raffinatezza e eleganza.

-/ They are known for their expertise in realising projects in which functionality, beauty, sophistication and elegance are in perfect harmony.

MD Creative Lab
Via Gaggini da Bissonne 12, 6900 Lugano
Instagram: @carsandartsgeneva
+41 78 748 60 98
www.mdcreativelab.ch

MD Creative Lab, uno studio di Architettura e Interior Design che si trova nel cuore di Lugano. Specializzata in interior design, crea esterni e interni di grande stile. Collabora con i migliori maestri artigiani in Svizzera e in Italia, e scelgono con cura materiali di alta qualità. MD Creative Lab saprà svolgere con particolare attenzione ogni singolo dettaglio per ottenere un'architettura raffinata, un design intelligente, funzionale e armonioso. Lasciatevi guidare dai loro preziosi consigli per una ristrutturazione e restyling di ville, case e appartamenti ad alta qualità.

-/ MD Creative Lab, an architecture and interior design studio located in the heart of Lugano. Specialising in interior design, it creates stylish exteriors and interiors. It collaborates with the best master craftsmen in Switzerland and Italy, and carefully chooses high quality materials. MD Creative Lab will take care of every single detail to achieve a refined architecture, an intelligent, functional and harmonious design. Let yourself be guided by their valuable advice for high-quality renovation and restyling of villas, houses and flats.



Botanisk La vita nel verde

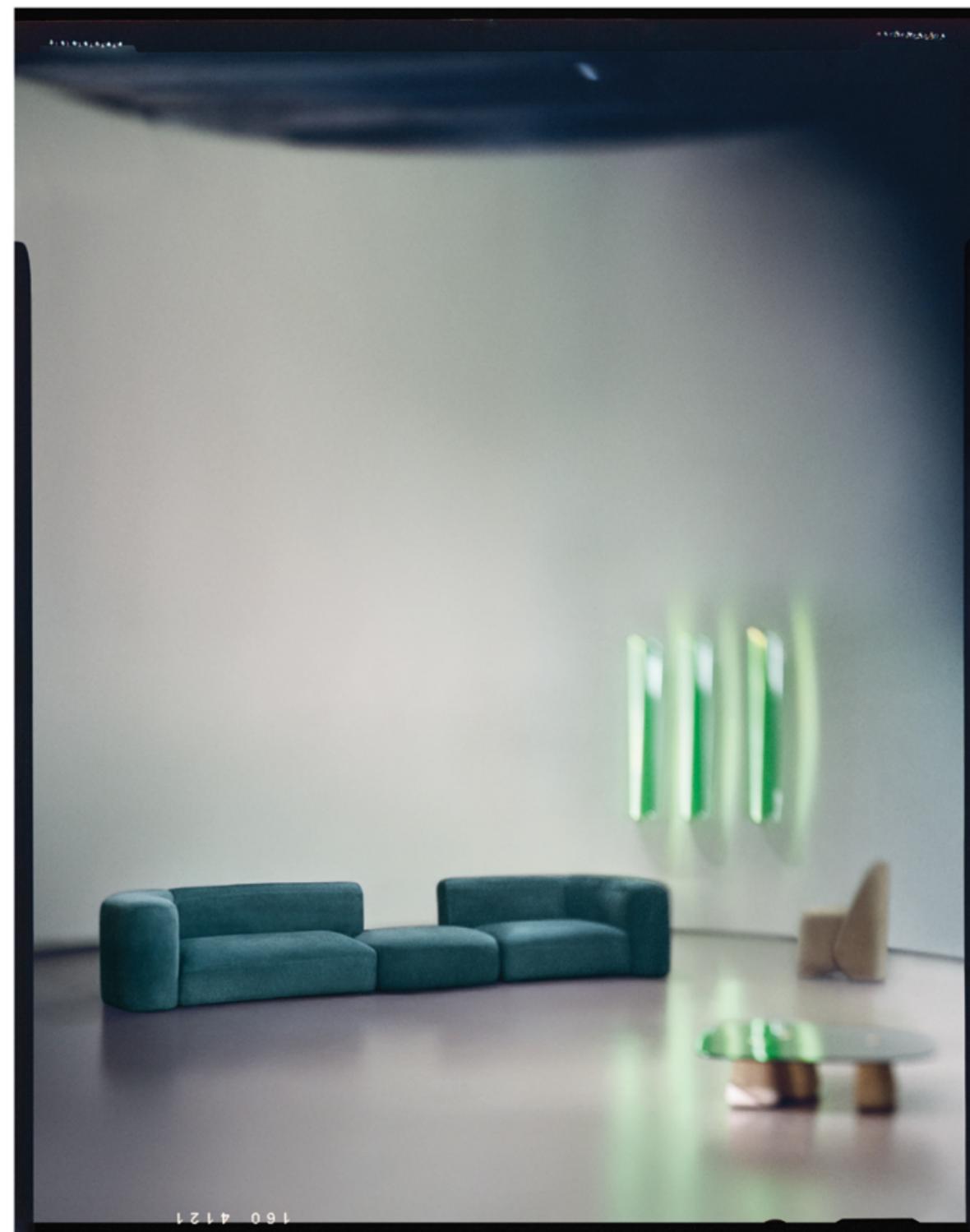
La collezione Botanisk è una collaborazione tra IKEA e gli imprenditori sociali in India, che garantisce un sostentamento alle donne artigiane e alle loro famiglie.

-/ The Botanisk collection is a collaboration between IKEA and social entrepreneurs in India, ensuring a livelihood for women artisans and their families.

IKEA
Route de Vernier 156, 1214 Vernier
0848 801 100
www.ikea.com

Hai il pollice verde ma non hai un giardino, devi stare a casa a causa del tuo telelavoro, ma non hai un balcone per prendere aria fresca? Botanisk vi offre l'esperienza di un giardino interno. Con vasi, cesti, grembiuli e fioriere sospese, la collezione Botanisk trasforma la vostra casa in una piccola giungla urbana con questi pezzi decorativi realizzati con materiali naturali sostenibili e tessuti a mano.

-/ Do you have a green thumb but no garden, do you have to stay at home due to telecommuting but lack a balcony to get some fresh air? Botanisk offers you the experience of an indoor garden. With pots, baskets, aprons and hanging planters, the Botanisk collection transforms your home into a small urban jungle with these decorative pieces made from sustainable, hand-woven natural materials.



www.baxter.it

baxter
MADE IN ITALY



Technogym App, maximum results in minimum time

Accedi alla tua sessione personalizzata, ai servizi e ai risultati ovunque e in qualsiasi momento.

-/ Access your personalized workout, services and results anytime and anywhere.

www.technogym.ch

Qualunque sia il tuo obiettivo, non è mai stato così facile raggiungerlo così rapidamente con una vasta gamma di sessioni video su richiesta e un programma personalizzato che si adatta a te, ai tuoi progressi e al tuo stile di vita. Technogym App ti offre un'ampia varietà di programmi di fitness, sport e salute progettati da un team di allenatori e atleti specializzati in diverse discipline. Se hai un'attrezzatura Technogym, a casa o nel tuo club, Technogym App ti guiderà per utilizzarla al meglio, con la possibilità di goderti l'esperienza del video allenamento sulla console. Inoltre, l'app ti offrirà allenamenti specifici per i pesi corporei o per gli accessori direttamente sul tuo smartphone o rispecchiati sulla tua TV per una Technogym Wellness Experience unica e avvincente. Scarica l'applicazione Technogym gratuitamente su App Store e Google Play.

-/ Whatever your goal is, it's never been easier to achieve it so fast with a wide choice of on-demand video workouts and a personalized plan that adapts to you, your progress and lifestyle. Technogym App offers you a wide variety of fitness, sports and health programs developed by a team of trainers and athletes specialized in different disciplines. If you have Technogym equipment available, at home or at the gym, Technogym App will guide you on how to use it at its best with the possibility to enjoy the video training experience on the console. Moreover, the app will propose specific bodyweight workouts or with tools directly on your mobile or mirrored on the TV screen for a unique and irresistible Technogym Wellness Experience. Download the Technogym App for free from the App Store and Google Play.



Swiss Smile La bellezza di un sorriso smagliante

I rituali ci aiutano ad affrontare meglio la vita quotidiana. Correre o svegliarsi con il caffè fanno parte della routine, così come lavarsi i denti.

-/ Rituals help us to manage our daily lives better. Running or waking up with coffee are just as much a part of the routine as brushing your teeth.

www.swiss-smile-beauty.com

Swiss Smile è il tocco glamour delle cure dentarie, che unisce competenza ed estetica. Il kit Day & Night Beauty si applica al mattino, con la potente formula del dentifricio Snow White, che protegge i denti e tonifica le gengive con principi attivi come la curcumina o l'aloevera. Ma anche di notte, quando la pasta Herbal Bliss rafforza i denti con erbe medicinali come la stella alpina, l'echinacea o l'estratto di tè verde. Il kit è venduto con due spazzolini e sarà disponibile a settembre durante i Globus Beauty Days.

-/ Swiss Smile is the glamorous touch of dental care, combining expertise and aesthetics. The Day & Night Beauty kit is applied in the morning, with the powerful formula of Snow White toothpaste, which protects teeth and tones gums with active ingredients such as curcumin and aloe vera. But also at night, conducive to regeneration, where the Herbal Bliss paste strengthens the teeth with medicinal herbs such as edelweiss, echinacea or green tea extract. The kit is sold with two toothbrushes and will be available in September during the Globus Beauty Days.

Il momento CLARINS

CAN'T TAKE MY EYES OFF YOU

Se gli occhi sono lo specchio dell'anima, lo sguardo è il suo scrigno. Con decenni di ricerca ed innovazione alle spalle, Clarins mette la perfezione degli occhi al centro della tua routine di bellezza.

-/ If the eyes are the mirror of the soul, the look is its jewel case. Thanks to decades of research and innovation, Clarins makes eye perfection the center of your beauty routine.

Luminoso, potenziato, i tuoi occhi sembrano più belli che mai. Il segreto? Clarins Double Eye Serum.

Basato su una doppia formula unica con il 96% di ingredienti naturali, il Double Serum Eye offre ai vostri occhi tutta l'esperienza della linea anti-età Double Serum di Clarins, ineguagliata fino ad oggi. Ci sono voluti non meno di 3 anni di ricerca e 196 piante studiate dai laboratori Clarins per ottenere i risultati eccezionali offerti da Double Serum Eye.

Combinato con 12 potenti estratti vegetali, tra cui la curcumina, per una doppia azione complementare sulle 5 funzioni vitali della pelle, l'estratto organico di cerfoglio è la star dello spettacolo. Selezionato per la sua capacità di stimolare la produzione di integrine alfa-v, l'estratto organico di cerfoglio aiuta la pelle a ritrovare la sua forza e vitalità grazie ad una migliore coesione cellulare. Una scoperta vegetale chiave per uno sguardo giovane.

La doppia texture levigante di Double Serum Eye (HYDROLIPIDIC SYSTEM), ultra fresca e non grassa, unisce l'effetto tensore di un gel al comfort di una crema per una perfetta affinità con la pelle del contorno occhi: penetra istantaneamente e lo sguardo è subito più riposato, liscio, come ringiovanito.



Scoprire il metodo di applicazione Clarins



Luminous and enhanced, your eyes look more beautiful than ever. Their secret? Clarins Double Serum Eye.

Based on a unique double formula with a concentration of 96% natural ingredients, Double Serum Eye offers your eyes all of Clarins' Double Serum anti-aging expertise, unmatched to this day. It took no less than 3 years of research and 196 plants studied by Clarins laboratories to achieve the exceptional results provided by Double Serum Eye.

Combined with 12 powerful plant extracts, including Turmeric, for a dual complementary action on the 5 vital skin functions, organic Wild Chervil extract is the star of the show. Selected for its ability to boost the production of alpha-v integrins, organic wood chervil extract helps the skin regain strength and vitality thanks to improved cellular cohesion. A key botanical discovery for younger-looking eyes.

The double smoothing texture of Double Serum Eye (HYDROLIPIDIC SYSTEM), ultra-fresh and non-greasy, combines the tightening effect of a gel with the comfort of a cream for a perfect affinity with the skin around the eyes: it penetrates instantly and the eyes are rested, smoothed, as if rejuvenated.

« Dès 7 jours le regard paraît plus jeune* »

" Only 7 days for younger looking eyes "

SUPRA LIFT & CURL, IL MASCARA CINQUE STELLE

Da Clarins, il trucco è anche una fonte di cura... All'avanguardia dell'innovazione, Supra Lift & Curl Mascara offre i benefici del miglioramento delle ciglia eseguito in un salone... a casa! Il risultato è uno sguardo visibilmente più aperto e ciglia rafforzate.

SUPRA LIFT & CURL, THE FIVE-STAR MASCARA

For Clarins, make-up too is a source of care... At the cutting edge of innovation, the Supra Lift & Curl Mascara offers the benefits of lash enhancement performed in a salon... at home! The result is a visibly more opened look and reboosted lashes.

* test di soddisfazione - pannello multi-etnico - 7 giorni, 375 donne
* satisfaction test - multi-ethnic panel - 7 days, 375 women

CLARINS





Agapé, la storia di un' amore per la cucina

Un ristorante unico che vi propone un viaggio di sapori tra cucina mediterranea e francese.

-/ A unique restaurant that offers you a journey of flavors between Mediterranean and French cuisine.

Agapé
Corso Enrico Pestalozzi 21A, 6900 Lugano
+41 91 225 11 10
www.restaurant-agape.ch

Agapé nasce da un progetto di famiglia di Stéfanie e Stefano i quali hanno messo in gioco la loro passione e il loro amore incondizionato per la cucina ; Creando una cucina raffinata mediterranea con un tocco di cucina francese in un ambiente misto tra gastronomia e bistrot, puntando sempre alla qualità anziché sulla quantità. Facendo attenzione all'equilibrio tra profumi, consistenti e abbinamenti per dei piatti gustosi, il loro unico desiderio è quello di sublimare i migliori prodotti di stagione. Con la costante ricerca di nuovi prodotti e tecniche, Agape offre ogni settimana una carta diversa che rispetta le stagioni. Lasciatevi trascinare da una selezione di piatti preparati con amore per dare piacere alle vostre papille gustative.

-/ Agapé was born from a family project of Stéfanie and Stefano who have put into play their passion and their unconditional love for cooking; creating a refined Mediterranean cuisine with a touch of French cuisine in a mixed environment between gastronomy and bistro, always focusing on quality rather than quantity. Paying attention to the balance between aromas, textures and combinations for tasty dishes, their only desire is to sublimate the best seasonal products. With the constant search for new products and techniques, Agape offers a different menu each week that respects the seasons. Let yourself be swept away by a selection of dishes prepared with love to give pleasure to your taste buds.



Flamel, il mondo dell'alchimia tra piatti e cocktail d'eccellenza

Un posto magico in pieno centro di Lugano che invita ad assaggiare una selezione di piatti deliziosi abbinati a dei cocktail preparati con cura e creatività.

-/ A magical place in the center of Lugano that invites you to taste a selection of delicious dishes combined with cocktails prepared with care and creativity.

Flamel
Piazza Cioccaro 5, 6900 Lugano
91 228 04 32
flamellugano.com

Immergetevi nel mondo del Flamel e l'accesso al regno della meraviglia, del sogno e del mistero si svelerà sotto i vostri occhi; un mondo dove i cocktail garantiscono l'immortalità, dove ogni pasto è un incantesimo e dove anche il ferro può trasformarsi in oro. Il mondo del Flamel propone un menu contrastato tra ricette tradizionali e moderne, con una selezione di prodotti locali ed arricchiti dal tocco personale dello Chef Davide Maci. La degustazione di un cocktail al Flamel è un'indimenticabile esperienza di mixology. Oltre alla vasta ed esclusiva offerta di cocktail, una ricca selezione di birre, liquori, cioccolato svizzero autoprodotta e succhi di frutta fatti in casa sono proposti nel mondo del Flamel. Lasciatevi conquistare dall'esperienza del Flamel e preparatevi a partire per un viaggio alla scoperta di sapori nuovi e insoliti.

-/ Immerse yourself in the world of Flamel and access to the realm of wonder, dream and mystery will reveal itself before your eyes; a world where cocktails guarantee immortality, where every meal is a spell and where even iron can turn to gold. The world of Flamel offers a contrasting menu between traditional and modern recipes, with a selection of local products and enriched by the personal touch of Chef Davide Maci. Tasting a cocktail at Flamel is an unforgettable mixology experience. In addition to the wide and exclusive cocktail offer, a rich selection of beers, liqueurs, homemade Swiss chocolate and fruit juices are offered in the world of Flamel. Let yourself be captivated by the Flamel experience and get ready to go on a journey of discovery of new and unusual flavors.



I Due Sud, un viaggio di sapori tra Lostallo e Tropea

Un' atmosfera unica ed elegante dove assaporare una cucina rivisitata dai sapori dei Due Sud. Lo Chef Domenico Ruberto offre una visita gastronomica dal Ticino alla costa ionica calabrese per realizzare un gustoso richiamo delle sue radici.

-/ A unique and elegant atmosphere where you can enjoy a cuisine revisited by the flavors of the Two Souths. Chef Domenico Ruberto offers a gastronomic tour from Ticino to the Ionian coast of Calabria to create a tasty reminder of his roots.

Hotel Splendide Royal
Riva Antonio Caccia 7, 6900 Lugano
+41 91 985 77 11
www.iduesud.ch

Il ristorante gastronomico e stellato dell'Hotel Splendide Royal pensato e sviluppato accuratamente dalla volontà dell'Hotel e della creatività dello Chef Domenico Ruberto regala un'esperienza allietante. Ristorante raffinato in una cornice unica con vista sul lago e una cucina del Ticino pensata per incontrare i sapori del mediterraneo. Lasciatevi trascinare attivando tutti i sensi in un turbinio di emozioni gastronomiche alla ricerca della purezza delle materie prime. È questo il "gioco" che lo chef Domenico Ruberto propone. Tra i piatti del menu, "Sarà un bel viaggio", che virtualmente trasporterà l'ospite dalle terre assolate del Sud Italia ai freschi fiumi dei Grigioni. Ci vuole un attimo per lo Chef a fare viaggiare le vostre papille gustative dal Sud della Svizzera al Sud dell'Italia.

-/ The gastronomic and starred restaurant of the Hotel Splendide Royal carefully designed and developed by the will of the Hotel and the creativity of Chef Domenico Ruberto offers an enticing experience. A refined restaurant in a unique setting with a view of the lake and a Ticino cuisine designed to meet the flavors of the Mediterranean. Let yourself be carried away by activating all the senses in a whirlwind of gastronomic emotions in search of the purity of raw materials. This is the „game“ that chef Domenico Ruberto proposes. Among the dishes on the menu, „Sarà un bel viaggio“ (It will be a beautiful journey), which will virtually transport the guest from the sunny lands of Southern Italy to the cool rivers of Grigioni. It takes a moment for the Chef to make your taste buds travel from the South of Switzerland to the South of Italy.



THE VIEW Restaurant, una vista sull'eleganza

Una location d'eccezione dove vivere esclusive esperienze gourmet con una vista da togliere il fiato.

-/ An exceptional location where you can enjoy exclusive gourmet experiences with a breathtaking view.

The View
Via Guidino 29, 6900 Lugano
+41 91 210 00 00
www.theviewlugano.com

Il ristorante rinomato dell'hotel THE VIEW combina elegantemente la competenza di un' esperienza culinaria con dei sapori sublimi e un ambiente raffinato con vista panoramica sul Lago di Lugano. The View, dall'eleganza contemporanea, è il posto ideale per vivere un'esperienza speciale che saprà toccarvi l'anima con piatti composti accuratamente per soddisfare ogni palato.

La meticolosità è il principio cardine che si riflette nella scelta dei prodotti e delle bevande per un menu di prima qualità. A capo del team, lo Chef Diego Della Schiava con la prestigiosa e ambita stella Michelin che traduce la sua passione culinaria in una selezione di piatti firmati dalla sua creatività, continua ricerca e infinito amore per l'arte culinaria. Godetevi la cucina di alta qualità e immergetevi in un'atmosfera unica e elegante.

-/ The hotel's renowned restaurant THE VIEW elegantly combines the expertise of a culinary experience with sublime flavors and a refined ambiance with panoramic views of Lake Lugano. The View, with its contemporary elegance, is the ideal place to live a special experience that will touch your soul with dishes carefully composed to satisfy every palate.

Meticulousness is the cardinal principle that is reflected in the choice of products and drinks for a menu of the highest quality. Leading the team is Chef Diego Della Schiava with the prestigious and coveted Michelin star who translates his culinary passion into a selection of dishes signed by his creativity, continuous research and infinite love for the culinary arts. Enjoy high quality cuisine and immerse yourself in a unique and elegant atmosphere.



Il Concept Penthouse Suite acquistabile de l'hôtel Il Sereno di Lago Como

Questo hotel con la sua eleganza minimalista e contemporanea sul lago di Como, progettato da Patricia Urquiola, è veramente unico nel suo genere..

-/ This hotel with its minimalist and contemporary elegance on Lake Como, designed by Patricia Urquiola, is truly one of a kind.

Il Sereno Hotel
Via Torrazza, 10, 22020 Torno CO, Italia
+39 031 547 7800
www.ilsereno.com

Comprende trenta suite, che vanno da 65 a 200 metri quadrati, tutte con splendide viste sul lago da terrazze paesaggistiche. Il ristorante milanese stellato Andrea Berton gestisce il ristorante dell'hotel, che è stato anche premiato con una stella Michelin nel 2017 durante il suo primo anno di attività. Una spa a servizio completo, situata sotto le arcate di pietra originali, offre trattamenti con prodotti Valmont. Gli ospiti possono godersi l'incredibile piscina a sfioro di 18 metri, o esplorare il lago con stile a bordo delle barche Riva dell'hotel, disegnate dal Cantiere Ernesto Riva.

Abbracciando il glamour degli anni '50, il design italiano e l'arredamento di alta gamma, Sereno Lago di Como sta aprendo il primo „Concept Penthouse Suite“ acquistabile in Europa! Il concetto di design, sviluppato congiuntamente dalla designer Patricia Urquiola e dall'albergatore e proprietario Luis Contreras, stabilisce nuovi standard nel settore. La suite attico si trova in un edificio direttamente adiacente all'hotel, un concetto unico ispirato al glamour italiano, „La Dolce Vita“, i designer modernisti italiani e il lago di Como. La „Concept Penthouse Suite“ sarà la prima suite attico in Europa dove potranno essere acquistati mobili e accessori, per vivere la sensazione Il Sereno a casa propria.

-/It includes thirty suites, ranging from 65 to 200 square meters, all with a breathtaking view of the lake from landscaped terraces. Michelin-starred Milanese restaurateur Andrea Berton runs the hotel's restaurant, which also won a Michelin star in 2017 during its first year of service. A full-service spa, located under the original stone archways, offers a range of treatments with Valmont products. Guests can enjoy the incredible 18-meter infinity pool, or explore the lake in style, aboard the hotel's bespoke Riva boats, designed by Cantiere Ernesto Riva.

Embracing 1950s glamour, Italian design and high-end furnishings, Sereno Lago di Como is opening the first shoppable "Concept Penthouse Suite" in Europe! The design concept, developed jointly by designer Patricia Urquiola and hotelier and owner Luis Contreras, sets new standards in the field. The penthouse suite is located in a separate building directly adjacent to the hotel, a unique concept inspired by Italian glamour, "La Dolce Vita", Italian modernist designers and Lake Como. The "Concept Penthouse Suite" will be the first penthouse suite in Europe where furniture and accessories can be purchased, to live the Il Sereno experience at home.

CLINIQUE
LA PRAIRIE
SWITZERLAND



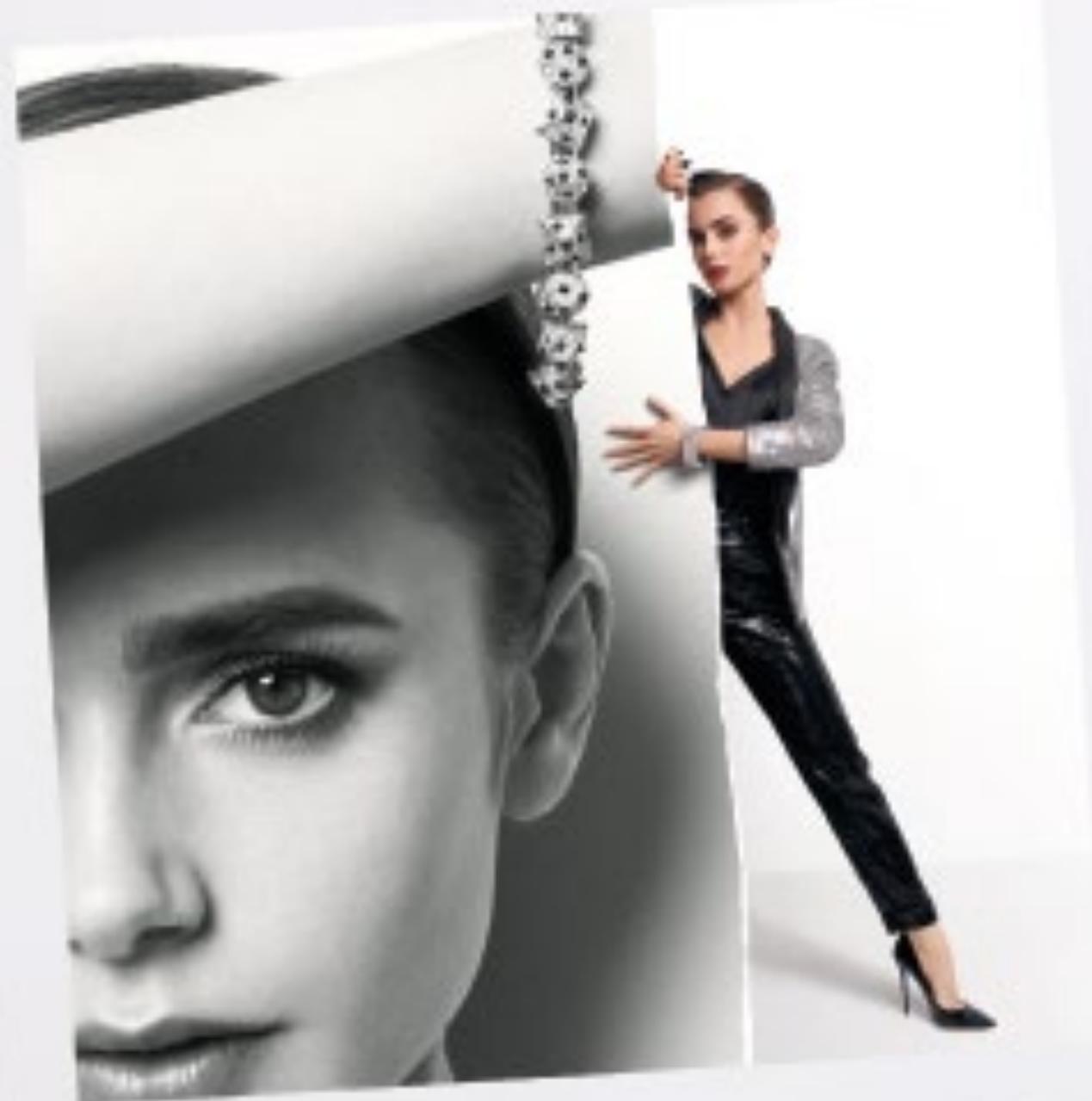
90 YEARS HELPING PEOPLE
LIVE LONGER AND BETTER

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





CLASH [UN]LIMITED

Cartier

