

COTE

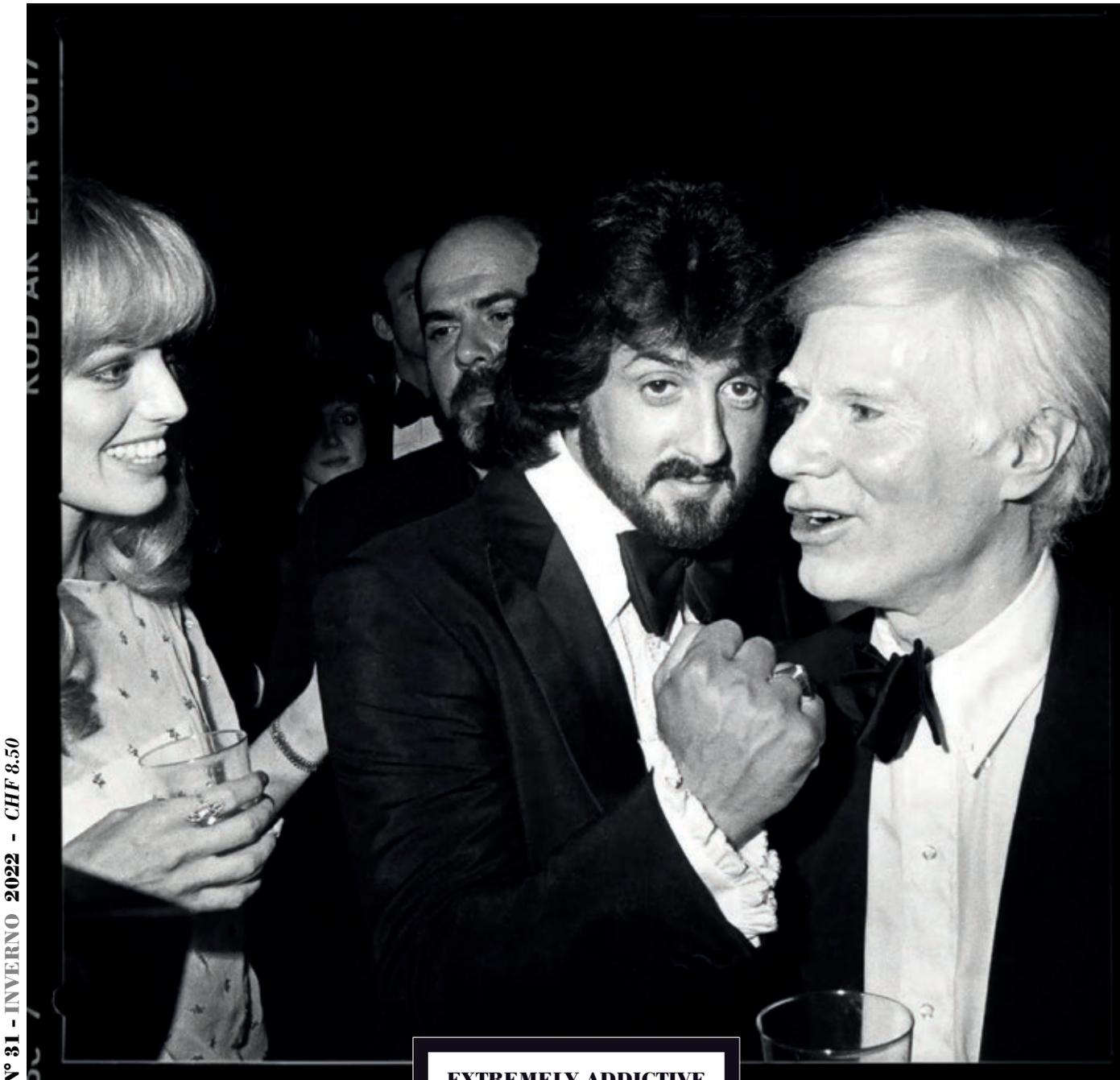
M A G A Z I N E

ULTRA CREATIVITÀ

INCONTRO ARNAUD CHASTAINGT, CHANEL - L'UNIONE FA LA FORZA
SHOOTING : LET'S DANCE IN - MODA EXTRAVAGANZA
STÉPHANE ROLLAND L'IDEALE ESTETICO - IL VITRA MUSEUM
DEDICA UNA MOSTRA ALLE DONNE DESIGNER - PURNELL

PARK HYATT MALDIVES HADAHAA

LIBRI D'ARTE - GOOD NEWS - IN PISTA - COZY BAGS - 007, L'UOMO DAGLI OROLOGI - I 10 OROLOGI PIÙ RICERCATI
WHO KNEW? - IL TEMPO NON BASTA PIÙ ! - CATHERINE RENIER - GREGORY ARMSTRONG - SANDRINE LANCRENON



N° 31 - INVERNO 2022 - CHF 8.50

EXTREMELY ADDICTIVE

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

www.cote-magazine.ch



AIR-KING

Presentato nel 1945 come un tributo ai pionieri dell'aeronautica, l'Air-King, con il suo quadrante dagli inconfondibili caratteri e scala dei minuti dalla leggibilità ottimale, continua a celebrare l'epoca d'oro dell'aviazione.

#Perpetual

BUCHERER

1888

bucherer.com



OYSTER PERPETUAL AIR-KING



CHOSEN BY THE BEST



MAISON FAMILIALE INDÉPENDANTE





« Tutto ciò che è eccessivo è insignificante »

-/ "EVERYTHING THAT IS EXCESSIVE IS INSIGNIFICANT."

Twitter permette di rendere pubblici messaggi di testo sciatti, scritti frettolosamente o reazioni emotive, a volte insulti che nessuna pubblicazione degna di questo nome sarebbe autorizzata a pubblicare.

Quando scrivo, ho il tempo di maturare, di cogitare, di correggere, anche se non sempre... Scrivo da solo ma non lavoro da solo; ho un editore e dei giornalisti!

Ho un correttore di bozze e quasi ogni settimana passo del tempo con la redazione per correggere una parola, un segno di punteggiatura, una frase eccessiva. È perfettamente normale pentirsi di qualcosa scritto nella foga del momento, è necessario che una pubblicazione non sia mai istantanea.

Mitterand, di cui non sono mai stato un grande fan, aveva un principio, quello di non dire mai le cose su due piedi. Aspettava, li maturava per uno o due giorni, e se le parole erano ancora in linea con i suoi pensieri, allora e solo allora parlava. Ma questo era abbastanza raro. «Tutto ciò che è eccessivo è insignificante» diceva Talleyrand. Questo è proprio l'aggettivo giusto per descrivere Twitter: insignificante.

Penso che la cosa migliore da fare con questi nuovi media sia snobbarli. Se tutti seguissero il mio esempio, twitter (non ho usato la maiuscola, l'avrete capito, è volontario) cesserebbe di esistere in una settimana, direi in due ore. Questo ci lascerebbe del tempo per noi stessi, per passare del tempo insieme, per discutere, per osservare la natura dal vivo e non dietro uno schermo, per guardarci, per riflettere e anche per leggere testi profondi. Buona lettura!

-/ Twitter makes public SMS messages which have been thoughtlessly rattled off, or emotional responses, or sometimes insults which no publication worthy of that name would have the right to publish.

When I write...OK, on the rare occasions when I write an article, I have time to develop it, mull it over and correct it. I write on my own, but I don't work on my own; I have an editor, several in fact!

I have a proof-reader and nearly every week I call on the editorial staff to correct a word, some punctuation, or a sentence which is a bit over the top. It is quite natural to regret words written off the cuff; things should never be published there and then.

Mitterand, who I've never been a great fan of, had a principle of never saying things off the cuff. He would wait, think about them for a day or two and if the remarks still reflected what he thought, then and only then would he express them. But it didn't happen very often. According to Talleyrand, "Everything that is excessive is insignificant." That's just the right adjective to describe Twitter - insignificant.

I think it's best to just turn your nose up at these new media. If everyone did as I do, twitter (I'm not giving it a capital letter on purpose, you understand) would cease to exist within a week, in two hours in fact. It would give us time for ourselves, time to spend with others and to read meaningful texts, too. Happy reading!

Avere contatti
interessanti offline
che online.
È questo che conta.

Il contatto giusto per ogni esigenza: Credit Suisse Premium Clients offre agli investitori privati, agli imprenditori e imprendatrici e ai single family office un contatto diretto con esperti e con persone che la pensano allo stesso modo, fornendo un accesso esclusivo ai mercati privati e a interessanti opportunità di investimento.

credit-suisse.com/premiumclients

Migliore
banca per
UHNWI*



Happy birthday to me

50 anni, come il diritto di voto per le donne in Svizzera!!! 50 anni, solo pochi mesi per avere il mio Rolex e per avere finalmente successo nella mia vita... Una Richard Mille conta?

Per i vecchi, io sono quello che è cresciuto sotto Mitterrand, che non poteva bere alcolici nelle mense scolastiche e che non poteva assistere ad un concerto di Jacques Brel.

Per i giovani, io sono quello che ha conosciuto la vita senza Internet, che ha potuto fumare sugli aerei ed assistere ad un concerto di Barbara.

Questa mattina vorrei augurare a me stesso un meraviglioso compleanno. E dal profondo del mio cuore, amico...

Ti vedo arrivare, pensi che se lo proclamo forte e chiaro, è forse perché ho paura che gli altri lo dimentichino.

Tutto sbagliato! Ho già ricevuto molti messaggi, tra cui: «Olivier, sono davanti alla tua rivista, sto preparando un video per te, parlamene». Grazie Rocco, questo andrà bene...

Anche un'altra bella, «Ciao The Artist, sai la differenza tra la tua età e gli ascolti del mio show? Beh, è sempre in crescita! Grazie, Nagui. E un'altra, una delle mie preferite: «Vieni al negozio (infatti si dice nei saloni), 50 anni è il 50% di sconto». Grazie, Thierry Stern! O era il servizio clienti de La boutique du Senior? Non ne sono più sicuro...

A 50 anni, sono all'incirca (ed essendo un po' ottimista) a metà della mia vita con la stessa sensazione che avevo all'intervallo della finale Francia-Italia nel 2006: la speranza che tutto sia ancora possibile!

Ma quando si ricorda il risultato finale, non mi rassicura...

Per esempio, so che ogni anno che mi tolgo diminuisce le mie possibilità di avere delle Cougars. Prima di tutto, perché statisticamente ci sono sempre meno donne più vecchie di me.

Ma soprattutto in termini di creatività. Si dice spesso che le grandi cose si fanno prima dei 50 anni, quindi ho voluto verificarlo con degli esempi.

Marcel Proust aveva 36 anni quando iniziò a scrivere «La Recherche» e 42 quando fu pubblicato «Du côté de chez Swann». Gauguin ha iniziato a dipingere a 40 anni! Michelangelo non ha fatto nulla dopo i 40 anni, mentre Donatello ha cambiato il suo stile quando aveva 50 anni.

Così il mese prossimo, forse sarò finalmente divertente, o al contrario, più pesante che mai, o inizierò finalmente quella notevole carriera di modello che ho sempre avuto nel mirino... iniziando con una campagna di sensibilizzazione sulla prostata.

Ho letto un articolo su Le Temps che è rassicurante per i cinquantenni, notando che l'età media dei premi Nobel è di 51 anni.

Personalmente, il premio Nobel che più vagamente potrei desiderare è quello per la letteratura... potrei anche dire che non è una cosa scontata, questa faccenda...

Concludo con una citazione di Coco Chanel che, in tutta umiltà, mi calza a pennello: «Nessuno è giovane dopo i quaranta, ma si può essere irresistibili a qualsiasi età».

-/ 50 years, like the right to vote for women in Switzerland !!! 50 years old, only a few months left to get my Rolex and to have finally done something with my life... Does an Omega bought on wish.com qualify?

For the elderly, I'm the one who grew up under Mitterrand, who couldn't drink alcohol in the school canteens and who couldn't attend a Jacques Brel concert. For the younger crowd, I am the one who knew life without the internet, who was able to smoke on planes and attend a Barbara concert.

This morning I would like to extend my best wishes for a wonderful birthday. And I mean this from the bottom of my heart, mate...

I know what you're thinking, that perhaps I'm saying it out loud because I'm afraid that others will forget.

No way! I've already been getting a lot of messages, including: «Olivier, I'm reading your magazine, I'm making a video for you, tell me about it». Thanks Rocco, that will do...

Another nice one too, «Hi The Artist, do you know the difference between your age and the ratings of my show? Well, it's always growing!» Thanks, Nagui.

And another one, among my favourites: «Come to the shop, 50 years old means 50% discount». Thank you, Thierry Stern! Or was it the La boutique du Senior customer service? I'm not really sure anymore...

So, at 50, I am roughly (and being a bit optimistic) halfway through my life with the same feeling as at half-time of the France-Italy final in 2006: filled with the hope that everything is still possible! But when one remembers the final result, it's hardly comforting... For example, I know that each year that passes decreases my chances of picking up cougars. First of all, because statistically, there are less and less women older than me. But mostly in terms of creativity. It is often said that great things are done before the age of 50, and I wanted to check this out with examples.

Marcel Proust was 36 when he started writing «La Recherche» and 42 when «Du côté de chez Swann» was published. Gauguin started to paint at 40! Michelangelo didn't do anything after 40, while Donatello changed his style when he was in his fifties. So next month, maybe I'll finally be funny, or maybe I'll be dumber than ever, or maybe I'll finally start that remarkable modelling career I've always had in mind...starting with a prostate awareness campaign. I read an article in Le Temps that is reassuring for 50-year-olds, stating that the average age of Nobel Prize winners is 51. Personally, the Nobel Prize that I could most vaguely covet is the one for literature... Might as well say that it's a long shot...in the dark.

I'll end with a quote from Coco Chanel which, in all humility, fits me like a glove: «No one is young after forty, but you can be irresistible at any age».

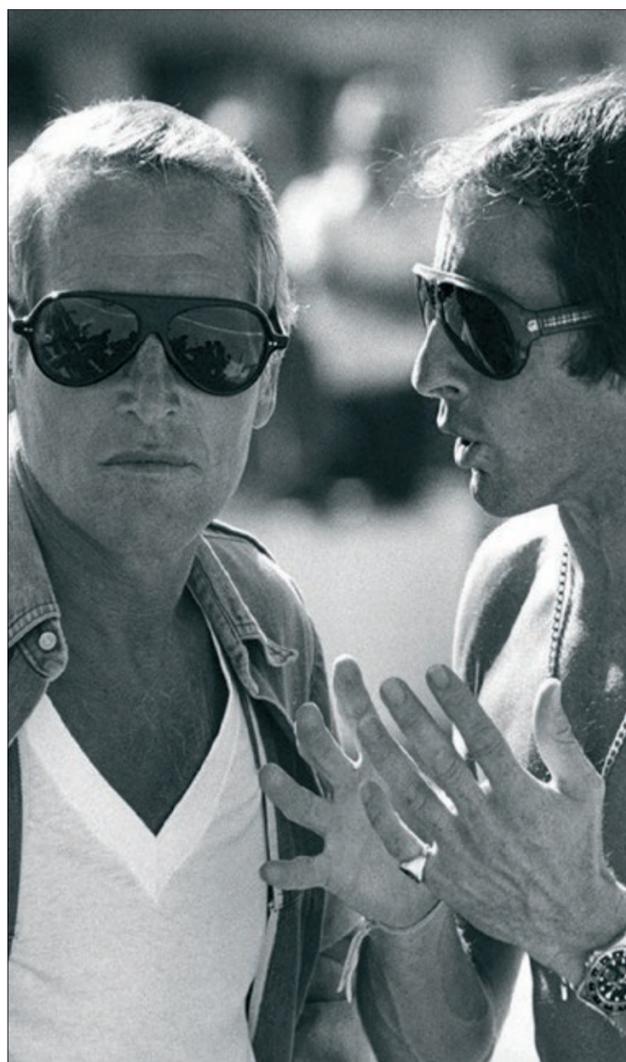


www.baxter.it

baxter
MADE IN ITALY



Audrey Hepburn avec sa Ferrari 250 GT cabriolet.



Paul Newman e il campione di Formula 1 Jackie Stewart nell'estate del 1969 al Riverside Raceway.

COTE

M A G A Z I N E

INTRODUZIONE : «TUTTO CIÒ CHE È ECCESSIVO È INSIGNIFICANTE» 08

EDITORIALE : HAPPY BIRTHDAY TO ME 10

POST-SCRIPTUM 17

LIBRI D'ARTE 18

GOOD NEWS 20

WHO KNEW ? 22

TENDENZE 25

IN PISTA 26

COZY BAGS 28

I 10 OROLOGI PIÙ RICERCATI 30

007, L'UOMO DAGLI OROLOGI 32

PANERA X BRABUS 34

IL TEMPO NON BASTA PIÙ ! 36

FACE TO FACE 39

CATHERINE RENIER 40

GREGORY ARMSTRONG 42

SANDRINE LANCRENON 44

ULTRA CREATIVITÀ 47

INCONTRO ARNAUD CHASTAINGT 48

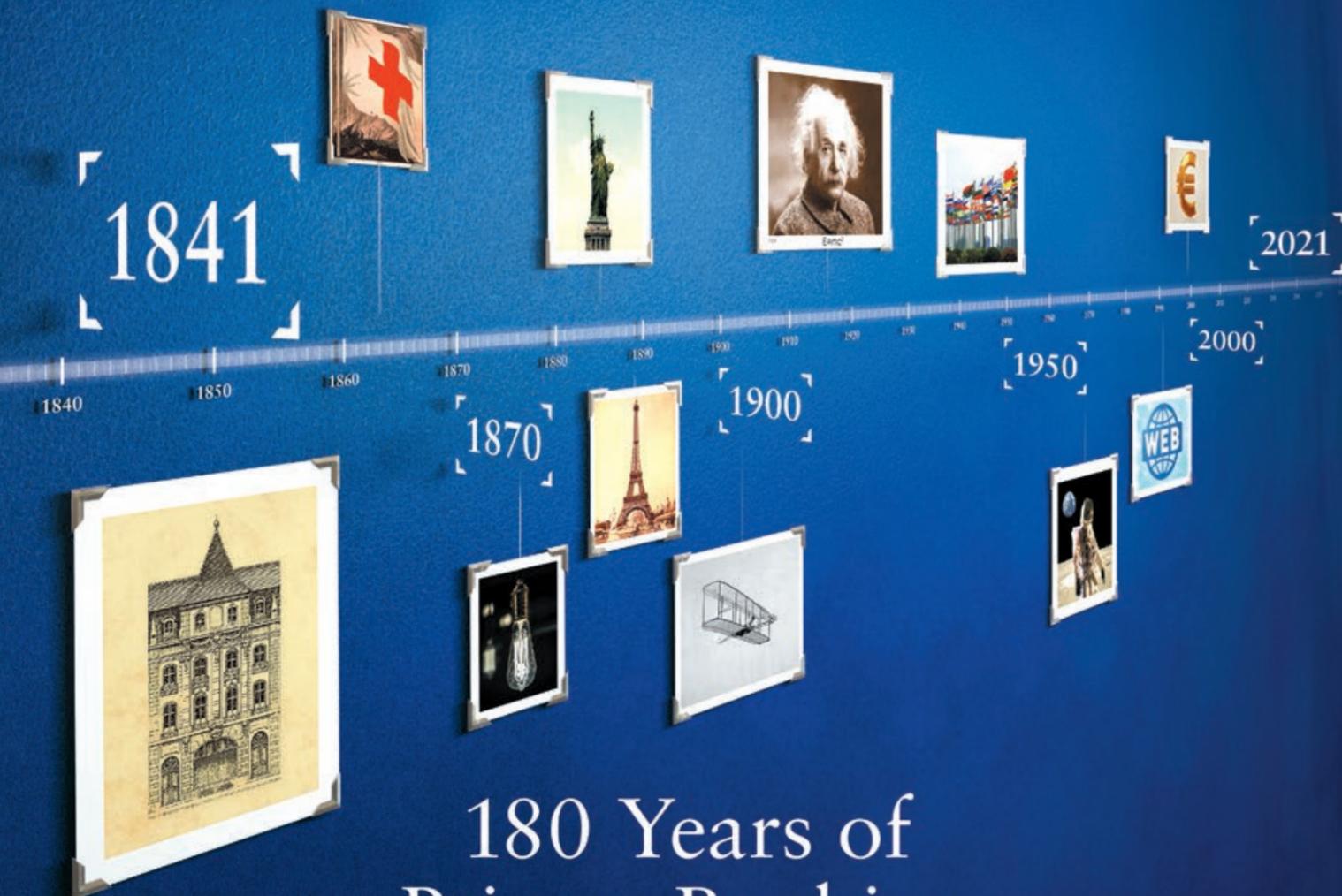
INTERVIEW CARTIER 50



J. SAFRA SARASIN



Sustainable Swiss Private Banking since 1841



180 Years of
Private Banking
Expertise



2020 Award Winner:
"Best Private Bank
for Thematic Investing"

www.jsafrasarasin.com



2020 Award Winner:
"World's Best Private Bank
for Social Responsibility"

COTE

M A G A Z I N E



Audrey Hepburn with Peter O'Toole and a yellow Jaguar E-Type, *How to Steal a Million* (1966).



Salvador Dalí, 1948. ©Philippe Halsman.

PURNELL	52
SHOOTING : LET'S DANCE	54
VITRA	64
NICOLAS LE MOIGNE	70
HAUTE COUTURE STEPHANE ROLLAND	72
MODA EXTRAVAGANZA	74
L'UNIONE FA LA FORZA	78

ESCAPE	83
PARK HYATT MALDIVES HADAHAA	84

EVENTI	91
IMMAGINI DELLE SERATE IMPERDIBILI DEI NOSTRI «PAPARAZZI»	



Suzy Dietrich au Nassau Speed Weeks en 1956 (Porsche 550, 4e dans la première course et 3e dans la deuxième course).



DIOR

COTE

M A G A Z I N E

EDITORE

Olivier Cerdan / o.cerdan@cote-magazine.ch
 assistito da 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 (Florablaba.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
 Victoria Javet
 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, Beatrix de Pury / pao@cote-magazine.ch

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

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

LUGANO
 Hans Otto / hans.otto@i-plus.ch

ZÜRICH
 Hans Otto / hans.otto@i-plus.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

Abbonamenti : info@cote-magazine.ch



@cotemagazineswitzerland

www.cote-magazine.ch

LES ÉDITIONS COTE MAGAZINE SUISSE

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

COTE MAGAZINE GENÈVE
 Français/Anglais
 Otto numeri all'anno

COTE MAGAZINE LUGANO
 Italien/Anglais
 Quattro numeri all'anno

COTE MAGAZINE ZÜRICH
 Allemand/Anglais
 Sei numeri all'anno

È vietata la riproduzione, anche parziale, degli articoli e delle illustrazioni pubblicate su COTE Magazine.
 Mailing list per la Svizzera francese, tedesca e italiana su richiesta.

Partnership radiotelevisiva con CANONICA e la VIP Lounge dell'aeroporto di Ginevra - Skyview Lounge e Aspire Lounge - Swissport.
 COTE beneficia di una partnership di distribuzione esclusiva con la Fondazione per Ginevra e l'Associazione Les Clefs d'Or Genève.

Distribuzione della rivista COTE Magazine «Inflight» su tutti i voli di SWISS AIRLINES
 in Prima Classe e in Business Class.



**L'UNICA RIVISTA CERTIFICATA
 VINTA NEL 2020**

TIRATURA CERTIFICATA IL 12/06/2021
 PERIODO DAL 1° APRILE 18 AL 31 MARZO 2021.
 15.613 COPIE DISTRIBUITE PER NUMERO
 3'537 COPIE VENDUTE PER NUMERO
 TIRATURA: 25.000 COPIE

COTE MAGAZINE POST-SCRIPTUM

LIBRI - D'ARTE - GOOD NEWS - WHO KNEW ?



Jane Fonda in Chanel con Roger Vadim, Londra, ottobre 1965. ©Burkett.

LIBRI D'ARTE

Mentre abbiamo appena superato l'autunno e le montagne d'inverno sono appena dietro l'angolo, dandoci la prospettiva di lunghe e belle giornate di sci, le ultime pubblicazioni d'arte dovrebbero incoraggiarci a stare al caldo e godere delle loro incredibili immagini.

-/ While autumn has arrived and winter's mountains are just around the corner, making us look forward to long and beautiful days of skiing, the latest art publications should encourage us to stay snug and enjoy their incredible images.



MAGNUM DOGS
Collectif
Thames & Hudson

Attenzione, amanti dei cani! Magnum Dogs è l'ultima compilation di fotografie di cani, con 180 splendide immagini da tutto il mondo.

Dalle strade della Colombia alle più sofisticate mostre canine del Regno Unito, questi splendidi scatti del migliore amico dell'uomo sono opera di leggendari fotografi Magnum tra cui Martin Parr, Harry Gruyaert, Eve Arnold e Dennis Stock.

-/ Notice to all dog lovers! Magnum Dogs is the ultimate compilation of dog photography, bringing together 180 sublime images from around the world. From the streets of Colombia to the most sophisticated dog shows in the UK, these stunning shots of man's best friend are the work of legendary Magnum photographers, including Martin Parr, Harry Gruyaert, Eve Arnold, and Dennis Stock.



SMALL THINGS IN SILENCE
Masao Yamamoto
Editeur RM

Questa nuova pubblicazione offre uno sguardo preciso ed originale su uno dei più celebri fotografi giapponesi di oggi. Per più di 20 anni, Yamamoto ha accumulato una collezione di immagini sorprendenti di oggetti inanimati, paesaggi e texture, così come persone e animali. Nonostante la varietà dei soggetti, l'immobilità che emana da ognuna delle immagini riesce a trasmettere un'autentica morbidezza, mentre evoca emozioni e ricordi.

-/ This new publication offers a precise and original look at one of today's most celebrated Japanese photographers. For over 20 years, Yamamoto has amassed a collection of striking images of inanimate objects, landscapes and textures, as well as people and animals. Despite the variety of subjects, the stillness that emanates from each of the images manages to convey an authentic softness, while evoking emotions and memories.



SWEETEENS
Laura Jane Coulson
Claire de Rouen Books

Nel mezzo della crisi sanitaria, l'artista britannica Laura Jane Coulson si è avventurata nei parchi di Londra per fotografare amici e sconosciuti. Il risultato è un resoconto giubilante di un periodo insolito ed eccezionale. A causa del particolare interesse dell'autore nel documentare la gioventù in un periodo di pandemia, tutti i proventi delle vendite di questo libro saranno donati all'associazione YoungMinds.

-/ In the midst of the health crisis, British artist Laura Jane Coulson ventured into London's parks to photograph friends and strangers alike. The result is the jubilant testimony of an unusual and exceptional period. Because of the author's particular interest in documenting youth in a time of pandemic, all proceeds from sales of this book will be donated to the charity YoungMinds.



BUCHERER
FINE JEWELLERY

B DIMENSION COLLECTION

Available in all Bucherer stores and on bucherer.com
Genève - 45, Rue du Rhône & 1, Quai du Mont-Blanc

GOOD NEWS

Delle notizie... ma diverse! Per brillare nella società o semplicemente per conoscere un po' di più la bellezza del mondo che ci circonda.

-/ News... but somehow different ! To shine in society or just to know a little more about the beauty of the world around us.

L'affascinante storia della leggendaria Reverso

In occasione del 90° anniversario dell'emblematica Reverso creata nel 1931, la Manifattura Jaeger-Lecoultré ci immerge nel mondo di una delle più belle leggende dell'orologeria.

Una visita tipica? Si inizia la mostra con un'affascinante retrospettiva dal primo modello al più recente, poi si fa una pausa gourmet nel caffè Art Deco prima di concludere il tour in grande stile con un laboratorio di scoperta per risvegliare tutti i sensi. Un'esperienza unica da scoprire dal 21 ottobre.

Dal 21/10 al 24/12/2021. 15 rue du Faubourg Saint-Honoré nell'8° distretto di Parigi.

-/ On the occasion of the 90th anniversary of the emblematic Reverso created in 1931, the Jaeger-Lecoultré Manufacture is immersing us in the world of one of the finest legends of the watchmaking industry.

A typical visit? You start the exhibition with a fascinating retrospective of the first model to the most recent, then take a gourmet break in the Art Deco café before ending the tour in style with a discovery workshop to awaken all your senses. A unique experience to discover from 21 October.

From 21 October to 24 December 2021
15 rue du Faubourg Saint-Honoré in the 8th arrondissement of Paris



Cartier X Gong Li

Come ambasciatrice globale dell'Alta Gioielleria per la Maison, Gong Li collaborerà con Cartier in vari eventi e apparizioni.

“Siamo entusiasti di continuare il nostro rapporto con Gong Li facendola entrare ufficialmente a far parte della Maison come ambasciatrice globale di Alta Gioielleria”, ha dichiarato Arnaud Carrez, Senior Vice President, Chief Marketing Officer di Cartier International. “Il suo talento e la sua determinazione hanno dato vita a opere cinematografiche memorabili; la sua passione e il suo spirito libero riecheggiano fortemente i valori fondamentali di Cartier; è un modello incredibilmente stimolante per tutte le donne del mondo, di tutte le generazioni”.



-/ As a global High Jewelry Ambassador for the Maison, Gong Li will collaborate with Cartier on various events and appearances. “We are thrilled to continue our relationship with Gong Li by having her officially join the Maison as a global Ambassador for High Jewelry,” said Arnaud Carrez, Senior Vice President, Chief Marketing Officer of Cartier International. “Her talent and determination have led to memorable works of cinema; her passion and free-spirited attitude strongly echo Cartier's core values; she is an amazingly inspiring role model for all women in the world, across all generations.”



MC20 vince il premio “Design di prodotto dell'anno

La MC20, progettata dal Centro Stile Maserati di Torino, simboleggia l'unione di eleganza e prestazioni sportive. Questa supercar, la prima del suo genere, è il concetto con cui il produttore ha inaugurato la sua nuova era.

La sua superba silhouette nasconde un'anima sportiva senza compromessi, con il suo nuovo motore V6 Nettuno da 630 CV che accelera da 0 a 100 km/h in 2,88 secondi e raggiunge una velocità massima di oltre 326 km/h.

-/ MC20, designed by the Centro Stile Maserati in Turin, symbolises the union of elegance and sporting performance. This supercar is a true masterpiece in terms of style, the first of its kind, and the concept with which the manufacturer has inaugurated its new era.

Its stunning silhouette conceals an uncompromisingly sporty soul, with its new 630bhp Nettuno V6 engine that accelerates from 0 to 100km/h in 2.88 seconds and achieves a top speed of over 326km/h.

“Frozen lighthouse”: una foto spettacolare del paesaggio vince il CEWE Photo Award 2021



Il fotografo tedesco Manfred Voss ha vinto il CEWE Photo Award di quest'anno con il suo quasi irrealistico, bellissimo scatto paesaggistico di un faro coperto di ghiaccio sull'isola di Rügen. Fedele al motto “Il nostro mondo è bello”, il fotografo professionista ha battuto 606.289 altre voci con il suo sensazionale soggetto invernale.

Nella categoria “Natura”, che ha attirato il maggior numero di iscrizioni, Petra Jung di Hämikon nel cantone di Lucerna ha vinto con la sua foto “Dandelion Egrets”.

-/ German photographer Manfred Voss won this year's CEWE Photo Award with his almost unreal, beautiful landscape shot of an ice-covered lighthouse on the island of Rügen.

True to the motto «Our world is beautiful», the professional photographer beat out 606,289 other entries with his sensational winter subject.

In the «Nature» category, which attracted the largest number of entries, Petra Jung from Hämikon in the canton of Lucerne won with her picture «Dandelion Egrets».

Il prezioso erbario di Van Cleef & Arpels

Van Cleef & Arpels rende omaggio alla natura, grande fonte di ispirazione fin dalla sua creazione nel 1906.

Tra creazioni di gioielli della collezione heritage, gioielli contemporanei e fotografie dell'artista giapponese Mika Ninagawa, la mostra Florae ci porta in un viaggio attraverso un giardino immaginario. In totale, sono esposte più di cento creazioni di gioielleria realizzate tra il 1920 e il 2000. Quando i mondi della fotografia e della gioielleria si uniscono per celebrare la ricchezza della flora, il risultato è inevitabilmente spettacolare.

Dal 10 settembre al 14 novembre 2021 all'Hôtel d'Évreux place Vendôme a Parigi.



-/ Van Cleef & Arpels pays tribute to nature, a great source of inspiration since its creation in 1906. Between jewellery creations from the heritage collection, contemporary jewellery and photographs by the Japanese artist Mika Ninagawa, the Florae exhibition takes us on a journey through an imaginary garden.

In total, more than a hundred jewellery creations made between 1920 and 2000 are

Gli Ambasciatori e Watches of Switzerland, un nuovo CEO

Gli Ambasciatori e Watches of Switzerland guardano al futuro: a partire dal 1° settembre 2021, Philipp Budiman, esperto di e-commerce e marketing online, ha assunto la direzione di entrambe le aziende ed è responsabile delle vendite e del marketing.

Philipp Budiman è stato precedentemente a capo di Montredo, la piattaforma online specializzata in orologi, che ha fondato nel 2012 e ha sede a Berlino. Philipp Budiman ha detto: “Con l'eccellenza delle nostre boutique e dei concetti innovativi digitali, saremo in grado di offrire il miglior servizio ai nostri clienti, sia in negozio che online”. Gli Ambasciatori e Watches of Switzerland sono ansiosi di rafforzare la loro posizione come uno dei principali rivenditori svizzeri di orologi e gioielli espandendo le loro capacità online.



-/ Les Ambassadeurs and Watches of Switzerland are setting sail towards the future: Philipp Budiman, an expert in e-commerce and online marketing, will become the new CEO of both companies as of 1 September 2021 and, in this capacity, head up the Distribution and Marketing departments. Philipp Budiman previously served as CEO of Montredo, the Berlin-based online watch platform that he founded in 2012. “With the tried-and-tested excellence of our boutiques and innovative digital concepts, we will offer our customers the very best service both in our boutiques and online”, says Philipp Budiman. Les Ambassadeurs and Watches of Switzerland are pleased to further expand their position as one of the leading Swiss watch and jewellery retailers with this boost to their online expertise.

on display. When the worlds of photography and jewellery come together to celebrate the richness of flora, the result is inevitably spectacular.

From 10 September to 14 November 2021 at the Hôtel d'Évreux place Vendôme in Paris.

WHO KNEW?

Se non avete una solida conoscenza generale, ecco alcune cose facili da ricordare e da far emergere nella società e in tutte le circostanze... o no..

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



I vasi sanguigni di un adulto potrebbero fare quattro volte il giro dell'equatore.
-/ The blood vessels of an adult could go around the equator four times.



I sacchetti di carta non sono migliori per l'ambiente dei sacchetti di plastica.
-/ Paper bags aren't any better for the environment than plastic ones.



Morgan Robertson predisse l'affondamento del Titanic quattordici anni prima del viaggio inaugurale.
-/ Morgan Robertson predicted its sinking of the Titanic Fourteen years before the maiden voyage.



Un panda cinese di nome Ai Hin, ha simulato una gravidanza per ottenere cure e trattamenti migliori.
-/ A Chinese panda named Ai Hin, faked a pregnancy in order to get a better treatment and treats.



Charles Darwin fu la prima persona a decidere di mettere delle rotelle alla sua sedia da ufficio.
-/ Charles Darwin was the first person to decide to put wheels under the legs of his office chair.



Il primo fumetto, intitolato «The Yellow Child», è apparso sul New York Journal nel 1896.
-/ The first comic strip, entitled «The Yellow Child», appeared in the New York Journal in 1896.



La più grande cascata del mondo è sott'acqua, nello Stretto della Danimarca.
-/ The largest fall in the world is underwater, in the Denmark Strait.



Molte persone commettono un errore quando inseriscono la loro supposta. Deve essere inserito dal lato piatto, non dal lato conico.
-/ Most people are wrong in introducing their suppository. It must be introduced by the flat side and not the tapered one.



Michelangelo odiava dipingere la Cappella Sistina e la trasformò in una poesia.
-/ Michelangelo hated painting the Sistine Chapel and made a poem about it.



Questa è la prima fotografia di esseri umani scattata nel 1838 da Louis Daguerre.
-/ Here is the first photograph of human beings taken in 1838 by Louis Daguerre.



È impossibile fare un hmmm mentre ci si tappa il naso per 7 secondi.
-/ It is impossible to do hmmm while plugging your nose for 7 sec.

SMARTPHONE COVER COLLECTION.

www.cg-mobile.com



AMG and are the intellectual property of Daimler AG. They are used by CG Mobile under license.





DIOR & TECHNOGYM LIMITED EDITION



Celebrando l'energia singolare di Dior Vibe - una linea che combina sportswear ed eleganza concepita da Maria Grazia Chiuri per la sfilata Dior Cruise 2022 - Dior ha collaborato con Technogym - uno dei principali specialisti mondiali in attrezzature sportive di fascia alta e tecnologie digitali - per immaginare le creazioni Dior e Technogym Limited Edition.

Per la prima volta, il marchio italiano collabora con una casa di lusso; un dialogo eccezionale che rivisita il design del suo essenziale tapis roulant collegato, della sua panca pesi multifunzionale - compresi gli accessori come i manubri - e della sua palla da ginnastica, una promessa di flessibilità ed equilibrio.

Questi oggetti del desiderio dedicati al benessere e alla forma fisica sono reinventati in una versione bianca sublimata da una stella Dior, il portafortuna dello stilista, così come dal nome «Christian Dior», esaltato dalle cinque bande orizzontali in colori contrastanti, firma emblematica della Maison.

-/ Celebrating the unique energy of Dior Vibe - a line combining sportswear and elegance, designed by Maria Grazia Chiuri for the Dior 2022 Cruise show - Dior has teamed up with Technogym, one of the world's leading specialists in high-end sports equipment and digital technologies, to create the Dior and Technogym Limited Edition.

For the first time, the Italian brand is collaborating with a luxury house in an exceptional dialogue that revisits the design of its connected treadmill, its multifunctional weight bench - including accessories such as dumbbells - and its gym ball, offering flexibility and balance. These objects of desire dedicated to well-being and fitness are reinvented in a white version enhanced by a Dior star, the founding couturier's lucky charm, as well as by the name «Christian Dior» embellished with five horizontal stripes in contrasting hues, an emblematic House signature.

COTE MAGAZINE TENDENZE

IN PISTA - COZY BAGS - TOP 10 DEGLI OROLOGI - 007, L'UOMO DAGLI OROLOGI - PANERAI - IL TEMPO NON BASTA PIÙ !



Gina Lollobrigida con l'orologio Serpenti di Bulgari e Andy Warhol, New York, 1981. ©Olycom.

IN PISTA

-/ ON TRACK

Un'ode all'evasione e alla magia delle montagne, queste collezioni celebrano l'eleganza in movimento. Combinando alta tecnologia e distinzione per look audaci sulle piste o nel resort!

-/ An ode to escape and the magic of the mountains, these collections celebrate elegance in motion. Combining high-tech and elegance for daring looks on the slopes or in the resorts!



CAPSULE DIORALP

La collezione DiorAlps, disegnata da Maria Grazia Chiuri, comprende una serie intitolata DiorStar e si veste dei codici senza tempo della Maison, come la stella fortunata, il camouflage e il motivo Dior Oblique. Anche altri pezzi - come i piumini, i pantaloni e le borse Dior Book Tote - sono impreziositi da tonalità blu, bianche e rosse, oltre che dalla stampa leopardata Mizza, disponibile in diversi colori, e sono pensati per il fronte della neve e per lo stile di vita gentile. Un passamontagna ultra-opaco e occhiali da sole completano questo guardaroba esclusivo.

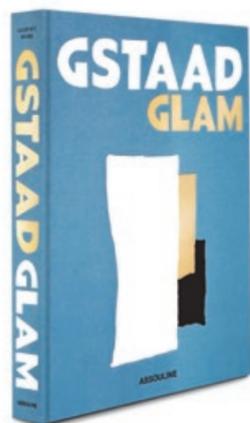
-/ The DiorAlps collection, designed by Maria Grazia Chiuri, includes a series called DiorStar and is dressed in the House's timeless codes, such as the lucky star, camouflage and the Dior Oblique motif. Also adorned with shades of blue, white and red, as well as the Mizza leopard print, available in different colors, other pieces - such as down jackets, pants and Dior Book Tote bags - are designed for the snow front and the gentle way of life. An ultra-matte ski mask and sunglasses top off this exclusive wardrobe.

CHLOÉ E FUSALP, LA NUOVA CAPSULE INVERNO 2021

Per la seconda stagione consecutiva, Chloé e Fusalp, marchi storici francesi, entrambi nati nel 1952, hanno unito i loro spiriti liberi e le loro visioni dinamiche della moda per creare una capsule di abbigliamento e accessori da sci versatili e contemporanei, che riecheggiano una forma di eleganza attiva e uno stile di vita in movimento caro a entrambi i marchi.

-/ CHLOE AND FUSALP REVEAL SECOND CAPSULE

Teaming up for the second successive season, Chloé and Fusalp, historic French brands, both born in 1952, have combined their free spirits and dynamic fashion visions to create a capsule of versatile and contemporary skiwear and accessories, echoing a form of active elegance and a lifestyle on the move dear to both brands.



GSTAAD GLAM - ASSOULINE

Questo magnifico libro rivela le tradizioni raffinate e i tesori insospettabili di Gstaad. Testi: Geoffrey Moore, ristoratore che ha trascorso la sua infanzia a Gstaad con suo padre, l'attore Roger Moore.

-/ GSTAAD GLAM - ASSOULINE

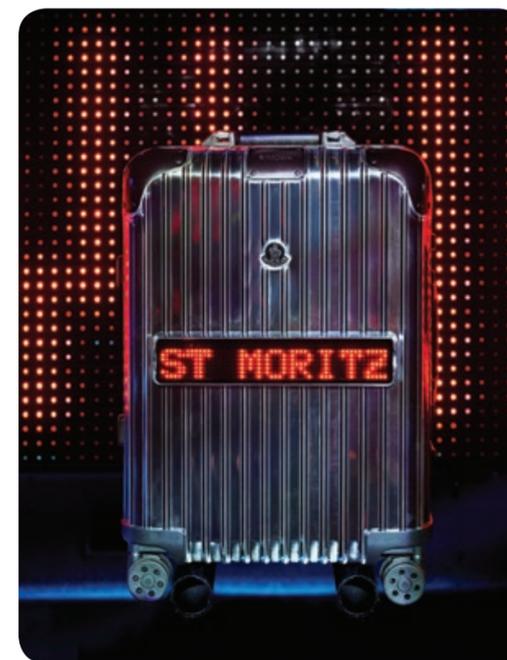
This magnificent book reveals Gstaad's refined traditions and unsuspected treasures. Texts by Geoffrey Moore, a restaurateur who spent his childhood in Gstaad with his father and famous actor Roger Moore.

MONCLER X RIMOWA

I due marchi uniscono le loro forze per condividere la loro visione comune dei viaggi di lusso di oggi.

MONCLER RIMOWA "REFLECTION" combina la competenza tecnica di ogni casa e la rispettiva gamma di materiali tecnici per creare una valigia in edizione limitata in alluminio specchiato, con una collezione di accessori esclusivi per un'esperienza di viaggio unica.

-/ The two brands are joining forces to share their common vision of today's luxury travel. MONCLER RIMOWA "REFLECTION" combines the technical expertise of each house and their respective range of technical materials to create a limited edition suitcase in mirrored aluminum with a collection of exclusive accessories for a unique travelling experience.



DIOR SKI CAPSULE UOMO

Dior presenta la primissima Ski Capsule, una nuovissima collezione di prêt-à-porter, sci, snowboard e accessori disegnata da Kim Jones, Direttore Artistico delle collezioni maschili. Per un materiale ad alta prestazione, il marchio giapponese Descente ha collaborato alla linea di prêt-à-porter, l'artigiano svizzero AK SKI ha disegnato gli sci e gli snowboard e lo svedese POK ha disegnato i caschi e le maschere. Ogni casa, esperta nel suo settore, ha messo a disposizione di questa Ski Capsule la sua abilità e la sua tecnologia all'avanguardia. Una gamma di sci e snowboard tanto tecnica quanto elegante, dal design puro, in edizione limitata. Oggetti di desiderio, per l'eleganza e la pratica degli sport invernali, da scoprire a inizio novembre, nelle boutique Dior intorno al mondo.

-/ Dior unveiled the very first Ski Capsule, a new collection of ready-to-wear, skis, snowboards and accessories designed by Kim Jones, Artistic Director of the men's collections. For high-performance equipment, the Japanese brand Descente worked on the ready-to-wear line, the Swiss craftsman AK SKI designed the skis and snowboards and the Swedish POK designed the helmets and masks. Each house, expert in its field, offered its know-how and cutting-edge technology to this Ski Capsule. A range of skis as technical as they are stylish, with a refined design, in limited edition. Objects of desire, for elegance and the practice of winter sports, to be discovered from November onwards, in a series of Dior boutiques around the world.



COZY BAGS

-/ Queste borse invernali diventano accoglienti adornandosi di pelliccia.

-/ These winter bags get cozy by adorning themselves with fur.



LOUIS VUITTON
LV borsa a ponte 9 in pelle e shearling

PRADA
Borsa tote in pelle e pelliccia sintetica



MONCLER
Zaino Kilia

HERMÈS
Borsa Kelly Pluch in pelle di pecora merino e vitello



FENDI
Pochette Fendi First



DIOR
Borsa Caro

Mercedes-Benz smartphone cover collection.

www.cg-mobile.com



"Mercedes-Benz" and  are the intellectual property of Daimler AG. They are used by CG Mobile under license.

Mercedes-Benz



I 10 OROLOGI PIÙ RICERCATI

-/ THE 10 MOST SOUGHT-AFTER WATCHES

-/ Watchfinder & Co ha la risposta alla seguente domanda: «Quali sono i 10 migliori orologi che gli appassionati di tutto il mondo sognano?» Un sondaggio esclusivo che mette in chiaro le cose.

-/ Watchfinder & Co has the answer to the following question: «What are the top 10 watches that enthusiasts around the world dream about?» An exclusive survey that sets the record straight.

Tra i 10 orologi più popolari, 6 Rolex, 2 Patek Philippe, 1 Audemars Piguet ed infine 1 Omega...

Chi altro se non Watchfinder & Co potrebbe intraprendere una tale ricerca? Fondata nel 2002, Watchfinder & Co è diventata il riferimento per l'acquisto, la vendita e lo scambio di orologi di lusso di seconda mano. Non meno di 4.000 orologi sono permanentemente in offerta, firmati da più di 70 marche, tutti con una garanzia di 24 mesi. Questo è sufficiente per sedurre gli amanti degli orologi pregiati di tutto il mondo e per costruire un database straordinario nel processo.

20.000 appassionati di 140 paesi sono stati interrogati sull'oggetto dei loro desideri, e il verdetto è chiaro... Mentre sono stati citati 180 produttori, 700 modelli e 2.500 riferimenti, il 54,8% degli intervistati ha scelto Rolex. Il marchio con la corona conferma la sua aura davanti a Patek Philippe, che ha ricevuto il 12,5% dei voti, poi Audemars Piguet e Omega.

Quattro case possono quindi vantarsi di produrre i 10 modelli di orologi più ambiti. Menzione speciale per Rolex, con 6 modelli su 10, tra cui il numero 1, una Daytona.

Ma non un orologio qualsiasi, la referenza 116506, la prima versione dell'icona realizzata in platino con una lunetta in ceramica marrone e un quadrante blu acciaio. Un tesoro presentato nel 2013 in occasione delle celebrazioni del cinquantesimo anniversario della Daytona, introvabile oggi a meno di tre volte il suo valore iniziale.

Questo eccezionale Daytona è seguito da un Rolex Submariner, a sua volta seguito da un Patek Philippe Nautilus. Il 4° e il 5° posto sono occupati rispettivamente da un Rolex GMT-Master e un Datejust, seguiti da un Audemars Piguet Royal Oak al 6° posto. Rolex occupa la 7a posizione con un Oyster Perpetual, poi una complicazione Patek Philippe e un Rolex Day-Date. L'ultimo posto di questa lista va a Omega con uno Speedmaster.

Una selezione che fa girare la testa, da scoprire su watchfinder.com, ma anche a Parigi al Printemps Haussmann dal 15 novembre al 31 dicembre. Dovrete poi recarvi nei vari showroom Watchfinder & Co in giro per il mondo, compreso quello di Ginevra, per rifarsi gli occhi.

-/ Among the 10 most popular timepieces, 6 Rolex, 2 Patek Philippe, 1 Audemars Piguet and finally 1 Omega...

Who else but Watchfinder & Co could have undertaken such a survey? Founded in 2002, Watchfinder & Co has become the reference for buying, selling and exchanging second-hand luxury watches. No less than 4,000 watches are permanently on offer, signed by more than 70 brands, all with a 24-month guarantee. A great way to attract lovers of fine watchmaking from all over the world and to build up an extraordinary database in the process.

20,000 enthusiasts from 140 countries were polled on their favourite watch, and the verdict is crystal clear... While 180 manufacturers, 700 models and 2,500 references were cited, 54.8% of respondents chose Rolex. The brand with the crown confirms its aura, ahead of Patek Philippe which totalled 12.5% of the votes, then Audemars Piguet and Omega.

Four houses that can thus boast of manufacturing the 10 most coveted watch models. A special mention for Rolex, with 6 models out of 10, including the number 1, a Daytona.

But not just any Daytona, the reference 116506, the first version of the icon made in platinum with a brown ceramic bezel and a blue steel dial. A treasure presented in 2013 on the occasion of the Daytona's fiftieth anniversary celebrations, impossible to find today at less than three times its initial value.

This exceptional Daytona is followed by a Rolex Submariner, itself followed by a Patek Philippe Nautilus. The 4th and 5th positions are respectively occupied by a Rolex GMT-Master and a Datejust, followed by an Audemars Piguet Royal Oak in the 6th place. Rolex takes over the 7th position with an Oyster Perpetual, then a complication Patek Philippe and a Rolex Day-Date. The last place of this list goes to Omega with a Speedmaster.

A mind-blowing selection, to be discovered on watchfinder.com, but also in Paris at Printemps Haussmann from 15 November to 31 December. You will then have to go to the various Watchfinder & Co showrooms around the world, including the one in Geneva, to feast your eyes.



1. Rolex Daytona
2. Rolex Submariner
3. Patek Philippe Nautilus
4. Rolex GMT Master
5. Rolex Datejust
6. Audemars Piguet Royal Oak
7. Rolex Oyster Perpetual
8. Patek Philippe Complications
9. Rolex Day-Date
10. Omega Speedmaster Moonwatch

L'orologio più desiderato del pianeta è il cronografo Daytona di Rolex nella sua versione in platino con lunetta in ceramica marrone e quadrante in acciaio blu.

007, L'UOMO DAGLI OROLOGI

Da Sean Connery a Daniel Craig, l'agente di Sua Maestà combatte i cattivi ma non può resistere a certi piaceri, compresi gli orologi...

-/ From Sean Connery to Daniel Craig, Her Majesty's agent fights bad guys but can't resist certain pleasures, especially watches...



Bond, James Bond, non solo colleziona belle piante, ma non resiste al piacere degli orologi... In occasione della tanto attesa uscita del 25° opus delle avventure della mitica spia, *Dying Can Wait*, una rassegna dettagliata di una saga che ha visto protagonisti Sean Connery, Daniel Craig, Rolex, Omega, Gruen, Seiko, TAG Heuer e Hamilton...

Nel 1962, il primo Bond della storia arrivò sullo schermo in *James Bond vs. Dr. No*. Interpretato da Sean Connery, le sue prime avventure furono tratte dal romanzo *Dr. No* di Ian Fleming. Il primo capitolo diede il tono e ancorò 007 nella storia del cinema. Chic e coraggioso, l'agente di Sua Maestà colleziona belle donne e orologi. Indossa un Gruen d'oro perfettamente adatto al suo smoking. Quando andò in Giamaica per affrontare la *Spectre*, scelse un Rolex Submariner Big Crown referenza 6538 in acciaio. Il regista Terence Young ci teneva perché Ian Fleming cita Rolex nel suo libro. Per quanto possa sembrare sorprendente, James Bond contro Dr. No. sceglie un Rolex Submariner Big Crown referenza 6538 in acciaio. Il regista Terence Young ci teneva perché Ian Fleming cita Rolex nel suo libro.

-/ Bond, James Bond, not only collects beautiful women, but he also can't stop indulging in the pleasure of watches... On the occasion of the long-awaited release of the 25th opus of the adventures of the mythical spy, *No Time To Die*, let's take a closer look at a saga that has featured actors from Sean Connery to Daniel Craig, and watch brands from Rolex to Omega, via Gruen, Seiko, TAG Heuer or Hamilton...

In 1962, the first Bond in history to hit the screen was *James Bond vs. Dr. No*. Starring Sean Connery, his first adventures were based on Ian Fleming's novel *Dr. No*. This first chapter set the tone and anchored 007 in cinema history. Chic and fearless, Her Majesty's agent collects beautiful women and watches. He wears a gold Gruen perfectly suited to his dinner jacket. When he goes to Jamaica to confront the *Spectre*, he goes for a Rolex Submariner Big Crown reference 6538 in steel. Director Terence Young was keen on this because Ian Fleming mentions Rolex in his book.



Per quanto possa sembrare sorprendente, *James Bond versus Dr. No* è un film a basso costo. Se l'eroe deve indossare un Rolex, la produzione deve comprarlo. Se l'eroe deve indossare un Rolex, la produzione deve comprarlo. Albert Broccoli, il produttore, non riuscì a farlo e prestò il proprio orologio a Sean Connery.

Questo modello è diventato l'orologio più famoso e più costoso indossato da James Bond. Il suo valore d'asta è esploso a New York il 5 dicembre 2018 ad una vendita Philipps, andando per 567.000 dollari (512.000 euro). James Bond divenne un'icona, e il marchio con la corona rimase sotto i riflettori fino al 1973.

Fu allora che uscì *Live and Let Die* con Roger Moore. Siamo all'apice dell'era del quarzo, e i display a cristalli liquidi stanno diventando un must. L'uomo che avrebbe interpretato James Bond sette volte indossava un Hamilton Pulsar Astronaut alternato al suo Rolex, che per l'occasione era dotato di una sorprendente sega circolare. Alla vigilia degli anni '80, gli inserimenti di prodotti sono diventati comuni.

Fu il gigante giapponese Seiko ad aggiudicarsi il contratto per Bond ed a tracciare una linea di demarcazione con Rolex. Dal 1977, in *The Spy Who Loved Me*, al 1985 per *Dangerously Yours*, Roger Moore esce dalle situazioni più critiche grazie a vari orologi gadget "Made in Japan". Quando Timothy Dalton assunse il ruolo di 007 nel 1987, indossò "accidentalmente" un TAG Heuer e tornò al Rolex due anni dopo per *Licence to Kill*. Dal 1995, James Bond indossa i colori di Omega in modo forte e chiaro. In totale, non meno di nove episodi, da *Golden Eye* a *No Time To Die*. Una partnership record in termini di longevità. In occasione dell'uscita mondiale della 25a saga di Bond, *No Time To Die*, Omega ha svelato il nuovo Seamaster di 007, creato in collaborazione con Daniel Craig stesso. Appassionato di orologeria, ha sempre voluto essere coinvolto nella scelta dell'orologio del suo personaggio. "Questa volta ho pensato che un orologio leggero sarebbe stato fondamentale per un militare come 007, ho anche suggerito alcuni tocchi e colori vintage e l'uso di un cinturino in tela." Il risultato è proprio quello che 007 voleva, in titanio con un quadrante antracite e marrone per abbinare la lunetta e il cinturino tricolore.



Surprising as it may seem, *James Bond versus Dr. No* is a low-budget film. If the hero must wear a Rolex, the production has to buy it. Albert Broccoli, the producer, cannot be bothered to do this and lends his own watch to Sean Connery.

This model became the most famous and most expensive watch worn by James Bond. Its auction value exploded in New York on December 5, 2018 during a Philipps sale, going for US\$ 567,000 (512,000 euros). James Bond became an icon, and the brand with the crown remained in the spotlight until 1973.

That's when *Live and Let Die* was released with Roger Moore. This was the heyday of quartz, and the liquid crystal display became a must. The man who would embody James Bond seven times wore a Hamilton Pulsar Astronaut alternating with his Rolex, which was equipped with a surprising circular saw for the occasion. On the eve of the 1980s, product placements were becoming commonplace.

It was the Japanese giant Seiko that won the Bond contract and thus pulled the plug on Rolex. From 1977, in *The Spy Who Loved Me*, to 1985 for *A View To A Kill*, Roger Moore gets out of the most critical situations thanks to various Made in Japan gadget watches. When Timothy Dalton took on the role of 007 in 1987, he "accidentally" wore a TAG Heuer and returned to Rolex two years later for *Licence to Kill*. Since 1995, James Bond has been sporting Omega's colours. In total, no less than nine episodes, from *Golden Eye* to *No Time To Die*. A record partnership in terms of longevity. On the occasion of the worldwide release of the 25th Bond saga, *No Time To Die*, Omega is unveiling 007's new Seamaster, created in collaboration with Daniel Craig himself. A watchmaking enthusiast, he has always been keen to be involved in the choice of his character's watch. "This time I thought a light watch would be key for a military man like 007, I also suggested some vintage touches and colours and the use of a canvas strap." The result is just what 007 wanted, in titanium with a charcoal and brown dial to match the tricolour bezel and strap.

PANERAI X BRABUS, UN'AUDACE COLLABORAZIONE

-/ PANERAI X BRABUS, AN AUDACIOUS PARTNERSHIP

Panerai ha svelato la sua nuova partnership. Un'audace collaborazione siglata con il tuner tedesco Brabus, noto in particolare per le sue barche di lusso estremo, ad alte prestazioni e ultra-design. Proprio come un Panerai...

-/ Panerai has unveiled its new partnership. A daring collaboration sealed with the German manufacturer Brabus, known in particular for its extreme luxury, high-performance and ultra-design boats. Just like a Panerai...

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



Panerai ha unito le forze con Brabus, collegando l'orologeria con la vela in uno spirito di esclusività, prestazioni e design. Una collaborazione che va da sé. Le due case sono unite dal mare ed occupano lo stesso territorio in termini di design.

Il primo risultato di questa collaborazione è un sommergibile che riprende la linea di barche Brabus Black Ops, chiamato semplicemente Submersible S Brabus Black Ops Edition. Realizzato in Carbotech, 47 mm di diametro, è alimentato dal primo calibro scheletrato dell'azienda. Automatico con funzione GMT, data, indicatore della riserva di carica, il P.4001/s è decorato in stile Brabus attraverso colori dominanti come il grigio canna di fucile, il nero e il rosso. Messo in risalto dall'assenza di un quadrante e da un fondello in zaffiro, dimostra come l'idea di Panerai e Brabus non fosse semplicemente quella di apporre i loro due loghi su un orologio.

"Ci sono evidenti somiglianze tra il design e la forza del Submersible

e la gamma di barche Brabus. Entrambi sono sviluppati per essere funzionali ed eleganti, questa è la forza trainante di questa collaborazione", dice Constantin Buschmann, CEO e proprietario di Brabus. Non c'è dubbio, quando si ammira la Submersible S Brabus Black Ops Edition, si viene trasportati nel mondo di Brabus.

Un calibro che va anche oltre perché è il primo movimento scheletrico che mostra una data. Brevettato dall'azienda, è polarizzato e visibile solo nella finestra situata a ore 3. Questo permette di non inquinare l'estetica del movimento scheletrico con un disco inciso dall'1 al 31.

Una partnership di successo che dà vita ad un orologio eccezionale, offerto in una serie limitata di 100 pezzi. Sarà seguito da altri nei prossimi anni, senza dimenticare le esperienze offerte agli acquirenti come Panerai sa bene. "Brabus ci offre un territorio perfetto per immaginare esperienze originali", dice Jean-Marc Pontroué, CEO di Panerai. Conclude: "Credo in questi ponti per creare cose belle".



-/ Panerai has joined forces with Brabus, thus linking watchmaking to nautical activities against a background of exclusivity, performance and design. A partnership that stands to reason. The two houses share a love for the sea and tread the same territory in terms of design.

The first outcome of this collaboration is a Submersible that echoes the Brabus Black Ops line of boats, simply named Submersible S Brabus Black Ops Edition. Made of Carbotech, 47 mm in diameter, it is powered by the company's first skeleton calibre. Automatic with GMT function, date, power reserve indicator, the P.4001/s is decorated in the Brabus style through dominant colours such as gunmetal grey, black and red. Set off by the absence of a dial and a sapphire caseback, it demonstrates how Panerai and Brabus' idea was not simply to affix their two logos to a watch. «There are obvious similarities between the design and strength of the Submersible and the Brabus range of boats. Both are developed to be functional and elegant at the same time, which is the

driving force behind this collaboration,» says Constantin Buschmann, CEO and owner of Brabus. There's no doubt about it, when one admires the Submersible S Brabus Black Ops Edition, they are drawn into the world of Brabus. A calibre that goes even further as it is the first skeleton movement displaying a date. Patented by the company, it is polarized and only visible in the window located at 3 o'clock. This makes it possible not to spoil the aesthetics of the skeleton movement with a disc engraved from 1 to 31.

A successful partnership that gives birth to an exceptional watch, offered in a limited series of 100 pieces. It will be followed by others over the next few years, without forgetting the experiences offered to buyers as Panerai does so well. «Brabus offers us a perfect territory for imagining original experiences,» says Jean-Marc Pontroué, CEO of Panerai. He continues by way of conclusion: «I believe very much in these connections to create beautiful things».

E che dire delle donne in tutto questo?

Panerai apre un nuovo capitolo della sua storia con il Luminor Piccolo Due. Un'interpretazione decisamente femminile del mitico Luminor che si traduce in un vero passo avanti per una delle manifatture più testosteroneiche del mondo dell'orologeria. Tra le diverse versioni, il cui diametro è stato ridotto a 38 mm, il Luminor Piccolo Due Madreperla in Goldtech, una sapiente lega di oro, rame e platino, montato su un cinturino in alligatore rosso. Animato da un calibro automatico, il suo quadrante è impreziosito da una madreperla iridescente e mostra la data in un'apertura a ore 3 e i piccoli secondi a ore 9.

And what about women?

Panerai is opening a new chapter in its history with the Luminor Piccolo Due. A resolutely feminine interpretation of the mythical Luminor that represents a real step forward for one of the most testosterone-laden manufacturers in the watchmaking world. Among the different versions, whose diameter has been reduced to 38 mm, the Luminor Piccolo Due Madreperla in Goldtech, a skilful alloy of gold, copper and platinum, mounted on a red alligator strap. Powered by an automatic calibre, its dial is enhanced by iridescent mother-of-pearl and displays the date in an aperture at 3 o'clock and a small seconds at 9 o'clock.



IL TEMPO NON BASTA PIÙ!

-/ THE TIME IS NOT ENOUGH!

Gli amanti degli orologi pregiati non si accontentano più della semplice visualizzazione di ore e minuti.

Chiedono sempre di più. Ecco perché l'arte della complicazione è un must per i produttori, che ne approfittano per dimostrare le loro abilità secolari attraverso orologi che vanno ben oltre i semplici segnatempo.

-/ Lovers of fine watchmaking are no longer satisfied with the simple display of hours and minutes. They are always asking for more. This is why the art of complication is a must for manufacturers who use this opportunity to demonstrate their age-old know-how through watches that go far beyond simple timepieces.



TOURBILLON

Cabaret Tourbillon
Handwerkskunst in platino, 29,5 x 39,2 mm, movimento a carica manuale con scappamento a tourbillon, piccoli secondi, grande data ed indicatore della riserva di carica, cinturino in alligatore. Serie limitata di 30 pezzi.
A. Lange & Söhne.

-/ TOURBILLON

Cabaret Tourbillon Handwerkskunst in platinum, 29.5 x 39.2 mm, hand-wound movement with tourbillon escapement, small seconds, large date and power reserve indicator, alligator strap. Limited series of 30 pieces.



SECOND FUSEAU HORAIRE

Overseas Dual Time Everest in titanio ed acciaio, 41 mm di diametro, movimento automatico con secondo fuso orario, datario ed indicatore giorno-notte, cinturino in cordura.
Vacheron Constantin.

-/ SECOND TIME ZONE

Overseas Dual Time Everest in titanium and steel, 41 mm diameter, automatic movement with second time zone, date hand and day-night indicator, cordura strap.



TOURBILLON, CALENDARIO PERPETUO, RIPETIZIONE MINUTI

Rotonde Grande Complication in platino, 45 mm di diametro, movimento scheletrato con scappamento a tourbillon, calendario completo e suoneria per ore, quarti e minuti, cinturino in alligatore.
Cartier.

-/ TOURBILLON, PERPETUAL CALENDAR, MINUTE REPEATER

Rotonde Grande Complication in platinum, 45 mm in diameter, skeletonized movement with tourbillon escapement, full calendar and hour, quarter and minute chiming mechanism, alligator strap.



ORE SALTANTI E MINUTI RETROGRADI

Mr. Superleggera in ceramica, diametro 42 mm, movimento a carica manuale con ore saltanti, minuti retrogradi e piccoli secondi, cinturino in nylon.
Chanel.

-/ JUMPING HOURS AND RETROGRADE MINUTES

Mr. Superleggera in ceramic, 42 mm diameter, hand-wound movement with jumping hours, retrograde minutes and small seconds, nylon strap.



RIPETIZIONE MINUTI

Reverso Tribute Minute Repeater in oro rosa, 51,1 x 31 mm, movimento scheletrico a carica manuale con suoneria per ore, quarti e minuti, cinturino in alligatore. Serie limitata di 10 esemplari.
Jaeger-LeCoultre.

-/ MINUTE REPEATER

Reverso Tribute Minute Repeater in pink gold, 51.1 x 31 mm, skeletonized hand-wound movement with hour, quarter and minute chiming mechanism, alligator strap. Limited series of 10 pieces.



CALENDARIO PERPETUO

Referenza 5236P in platino, 41,3 mm di diametro, movimento automatico con indicazione lineare di giorno, data e mese, anni bisestili, piccoli secondi, fasi lunari ed indicatore giorno-notte, cinturino in alligatore.
Patek Philippe.

-/ PERPETUAL CALENDAR

Reference 5236P in platinum, 41.3 mm diameter, automatic movement with linear display of the day, date and month, leap years, small seconds, moon phases and a day-night indicator, alligator strap.



CRONOGRAFO

Codice 11.59 in oro bianco, diametro 41 mm, movimento cronografo automatico, cinturino in caucciù.
Audemars Piguet.

-/ CHRONOGRAPH

Code 11.59 in white gold, 41 mm diameter, automatic chronograph movement, rubber strap.



AUTOMATICO RETROGRADO

Midnight Pont des Amoureux in oro bianco, 42 mm di diametro, movimento automatico con indicazione retrograda di ore e minuti, cinturino in alligatore.
Van Cleef & Arpels.

-/ AUTOMATE RÉTROGRADE

Midnight Pont des Amoureux in white gold, 42 mm diameter, automatic movement with retrograde display of hours and minutes, alligator strap.



CRONOGRAFO AUTOMATICO FLYBACK AL TEMPO UNIVERSALE RIFERIMENTO 5930P-001

UNA VERSIONE INEDITA EN PLATINE IN PLATINO CON QUADRANTE E BRACCIALE VERDE

www.patek.com



Il cronografo automatico flyback al tempo universale riferimento 5930 è disponibile in una nuova versione che combina la brillantezza del platino con un quadrante e un bracciale verde. Una combinazione di classicità e audacia che rafforza la personalità di questo modello di culto. I nomi delle città sono iscritti in verde sul disco corrispondente. Il centro del quadrante verde illustra la maestria dell'artigianato con una decorazione circolare guilloché a mano. Questa tonalità si ripete a ore 6 sul contatore azzurro dei 30 minuti. Gli indici applicati e le lancette sfaccettate tipo «dauphine» in oro bianco sono evidenziati da un rivestimento luminescente che assicura una buona leggibilità in tutte le circostanze. Il Tempo Universale indica simultaneamente l'ora in 24 fusi orari, con un esclusivo meccanismo brevettato che permette di correggere tutte le indicazioni premendo semplicemente il pulsante a ore 10. Grande arte!

-/ The Reference 5930 self-winding World Time flyback chronograph is available in a new version combining the brilliance of platinum with a green dial and strap.

A combination of classicism and boldness that reinforces the personality of this cult model. The names of the cities are printed in green on the corresponding disk. The green dial center illustrates the mastery of fine craftsmanship skills with a circular hand-guilloché circular pattern. This color is picked up at 6 o'clock on the snailed 30-minute counter. The applied hour-markers and the faceted Dauphine-type hands in white gold are highlighted by a luminescent coating ensuring good legibility in all circumstances. The World Time function simultaneously displays the time in 24 time zones, with an exclusive patented mechanism enabling correction of all displays by pressing the 10 o'clock pusher. Great art!

COTE MAGAZINE FACE TO FACE

CATHERINE RENIER- GREGORY ARMSTRONG - SYLVIE LANCRENON



Gunter Sachs e Brigitte Bardot, 1968.

CATHERINE RÉNIER, CEO DI JAEGER-LECOULTRE

Una donna con mani di ferro in guanti di velluto a capo di uno dei più importanti produttori del momento. Jaeger-LeCoultre, che quest'anno celebra il 90° anniversario del suo leggendario orologio Reverso.

-/A woman with iron fists in velvet gloves at the helm of one of the current hottest manufactures: Jaeger-LeCoultre, which this year celebrates the 90th anniversary of its legendary Reverso watch.

Alla guida di Jaeger-LeCoultre da maggio 2018, Catherine Rénier ha costruito una solida esperienza nel settore del lusso a livello internazionale. Nata in Francia e laureata al Boston College nel 1999, ha iniziato la sua carriera da Cartier a New York come direttore delle vendite prima di entrare in Van Cleef & Arpels nel 2003 come direttore marketing.

Nel 2008, è volata a Hong Kong per assumere la responsabilità della regione Asia-Pacifico per Van Cleef & Arpels, dove è diventata presidente nel 2013. Un globetrotter ora basato in Svizzera, sta orchestrando alla nota le celebrazioni del 90° anniversario di uno degli orologi più famosi del pianeta orologeria.

Quest'anno, Jaeger-LeCoultre celebra il 90° anniversario del Reverso. Perché non aspettare il suo centenario?

Con il suo ricco patrimonio e la sua competenza, Jaeger-LeCoultre ha voluto rendere omaggio nel 2021 a questa icona di stile ed eleganza dal design senza tempo, con la scrittura di un bel libro in collaborazione con Assouline, pezzi forti come il Reverso Hybris Mechanica o il Reverso Tribute Nonantième, oltre ad una mostra che potrete scoprire a Parigi dal 21 ottobre al 24 dicembre 2021. La Manifattura inventa e innova costantemente e ha in serbo altre belle creazioni per il centenario. Restate sintonizzati...

Una serie di nuovi modelli Reverso sono stati presentati nel 2021 in omaggio al modello creato nel 1931. Questa moltiplicazione delle referenze Reverso non rischia di cannibalizzare le altre collezioni Jaeger-LeCoultre?

La collezione Reverso viene ampliata ed armonizzata nel rispetto delle altre collezioni, anch'esse molto richieste.

Quest'anno, l'attenzione è sul Reverso ed il suo anniversario, ma Jaeger-LeCoultre ha altre belle sorprese in serbo.

Sia all'interno della collezione Reverso che nelle nostre altre linee, per uomini e donne.

Fino a dicembre, Jaeger-LeCoultre occupa un edificio a due passi da Place de la Concorde per rendere omaggio al Reverso con un caffè, laboratori, una boutique, una mostra... Non vorreste che questo fosse più di uno spazio effimero?

Questo concetto completamente nuovo corrisponde perfettamente al nostro desiderio di condividere con il grande pubblico la storia della nostra azienda, la nostra competenza, la nostra creatività e soprattutto la storia del Reverso. E questo, intorno ad un'esperienza immersiva. Siamo lieti di accogliere i visitatori per due mesi ed offrire loro questa esperienza. Tutte le cose belle hanno una fine.

-/ Leading Jaeger-LeCoultre since May 2018, Catherine Rénier has built up a solid experience in the luxury industry at an international level. Born in France, she graduated from Boston College in 1999 and started at Cartier in New York as a sales manager before joining Van Cleef & Arpels in 2003 as marketing director. In 2008, she flew to Hong Kong to take charge of the Asia Pacific region, still for Van Cleef & Arpels, becoming president in 2013.

A globetrotter now based in Switzerland, she is orchestrating the 90th anniversary celebrations of one of the most famous watches on the watchmaking planet to the very last detail. Interview.

This year, Jaeger-LeCoultre is celebrating the 90th anniversary of the Reverso. Why not wait until its centenary?

With its rich heritage and expertise, Jaeger-LeCoultre wanted to pay tribute to this icon of style and elegance with its timeless design in 2021, with the writing of a beautiful book in collaboration with Assouline, strong pieces such as the Reverso Hybris Mechanica or the Reverso Tribute Nonantième, as well as an exhibition to be discovered in Paris from October 21 to December 24, 2021.

The Manufacture never stops inventing and innovating and has other beautiful creations in store for the centenary. Stay tuned...

Numerous new Reverso models have been presented in 2021 as a tribute to the model created in 1931. Doesn't this multiplication of Reverso references risk cannibalizing the other Jaeger-LeCoultre collections?

The Reverso collection is expanding and harmonizing while respecting the other collections, which are also in high demand. This year, the focus is on the Reverso and its anniversary, but Jaeger-LeCoultre has other nice surprises in store.

Both in the Reverso collection and in our other lines, masculine and feminine.

Until December, Jaeger-LeCoultre is taking over a building just off the Place de la Concorde to pay tribute to the Reverso with a café, workshops, a boutique, an exhibition... Don't you wish this was more than an ephemeral space?

This completely new concept perfectly matches our desire to share with the general public the history of our company, our know-how, our creativity, and especially the history of the Reverso. And this, around an immersive experience. We are delighted to welcome visitors for two months and to give them this experience. All good things must come to an end.



NEW OAK, L'UFFICIO MULTIFAMILIARE CHE ROMPE LE REGOLE

Se vi dicessi «family office», cosa vi verrebbe in mente? La gestione ultra-conservatrice della ricchezza di una famiglia da parte di alcuni banchieri plasmata da decenni di finanza vecchio stile? Tutto questo appartiene ormai al passato! NewOak è un nuovo giocatore in serie A, una giovane start-up che sta radicalmente spostando i confini, con una visione del family office che è totalmente inclusiva... e assolutamente in sintonia con i tempi. Vi presentiamo Gregory Armstrong, il fondatore «fuori dagli schemi» di NewOak.

-/ If I said to you “family office”, what comes to mind? Ultra-conservative management of a family’s wealth by a few bankers moulded by decades of old-style finance? All that is now a thing of the past! NewOak is a new player in the big league, a young start-up that is radically shifting the boundaries, with a vision of family office that is totally inclusive... and absolutely in tune with the times. Introducing Gregory Armstrong, the “out of the box” founder of NewOak.

-/ A suo agio nelle sue scarpe da ginnastica come in un abito di Savile Row, Gregory colpisce immediatamente per la sua freschezza e disinvoltura, l'antitesi di ciò a cui siamo abituati nel mondo molto ovattato, persino soffocante, della gestione patrimoniale, e del family office in particolare. È difficile credere che questo giovane padre, 34 anni appena compiuti, di nazionalità svizzero-britannica, abbia già avuto una carriera così impressionante nel settore bancario: dieci anni come manager in istituti come Credit Suisse o Julius Baer, e in posizioni chiave, ci credereste... Molto giovane, gli è stata affidata la gestione di importanti portafogli, normalmente riservati a manager particolarmente esperti. E Gregory non si adagia sugli allori, la sua forza di carattere impressiona, anche se i suoi clienti sono noti per i loro standard esigenti. Tanto che lo hanno spinto a mettere il suo intuito, la sua mente non convenzionale e la sua esperienza al servizio della sua stessa organizzazione. Lo riconoscono come la persona ideale per gestire tutto il loro patrimonio, lontano dalla solita camicia di forza del mondo finanziario.

Così, nel 2020, Gregory lancia NewOak SA a Ginevra, con un ufficio a Zurigo. L'ufficio multifamiliare riunisce famiglie in cerca di un nuovo approccio che seguono Gregory con fiducia e serenità. L'imprenditore si circonda di un team selezionato, altamente dinamico e motivato, ognuno dei quali è uno specialista nel suo campo. “Lavoriamo come una famiglia per le famiglie”, sottolinea Gregory. Quando si guarda al DNA di NewOak, la competenza va ben oltre il campo finanziario. “Lavorare con esperti esterni rafforza l'azienda su molti livelli. Lavoriamo con partner di alto profilo e specialisti in diritto, tasse, immobili e molti altri rami periferici al family office”. Tutto questo sotto la supervisione di un Advisory Board accuratamente selezionato per la sua esperienza e qualificazione. La vocazione di NewOak è quella di essere un “one-stop shop”, cioè un unico punto di contatto che si occupa di tutte le esigenze dei suoi clienti, che si tratti - ovviamente - della gestione del loro patrimonio familiare, ma anche di quello che equivale ad un servizio di concierge di lusso.

Uno dei punti di forza della società è il suo costante coinvolgimento nel business operativo dei suoi clienti, che rende NewOak diversa dai tradizionali gestori patrimoniali. Questo permette all'azienda di avere una visione globale della ricchezza dei suoi clienti, che è spesso molto carente nei gestori patrimoniali. “Questa visione a 360 gradi del loro patrimonio ci permette di fare proposte personalizzate ad ogni cliente con un formidabile grado di precisione”.

“Siamo molto selettivi su chi scegliamo come cliente. Preferiamo concentrarci su un numero limitato di clienti con cui condividiamo gli

-/ As comfortable in his sneakers as in a Savile Row suit, Gregory immediately strikes one by his freshness and ease, the antithesis of what we are used to in the very hushed, even stuffy world of wealth management, and of family office in particular. It is hard to believe that this young father, just turned 34, Swiss/British national, has already had such an impressive career in banking: ten years as a manager in institutions such as Credit Suisse or Julius Baer, and in key positions, would you believe... Very young, he was entrusted with the management of significant portfolios, normally reserved for particularly experienced managers. And Gregory does not rest on his laurels, his strength of character impresses, even though his clients are known for their exacting standards. So much so that they urged him to put his intuition, his non-conventional mind and his experience at the service of his own organisation. They recognise him as the ideal person to manage their entire assets, far-removed from the usual stiff straitjacket of the financial world.

So in 2020, Gregory launches NewOak SA in Geneva, with an office in Zurich. The multi-family office brings together families in search of a new approach who follow Gregory with confidence and serenity. The entrepreneur surrounds himself with a hand-picked, highly dynamic and motivated team, each member of which is a specialist in his field. “We work as a family for families”, Gregory emphasizes. When you look at NewOak's DNA, the expertise goes far beyond the financial field. “Working with outside experts strengthens the company on many levels. We work with high-profile partners and specialists in law, tax, real estate, and many other branches peripheral to the family office.” All this under the supervision of an Advisory Board carefully selected for its experience and qualifications. NewOak's vocation is to be a “one-stop shop”, meaning a single point of contact that takes care of all its clients' needs, whether it be - of course - the management of their family assets, but also what amounts to a luxury concierge service.

One of the company's strengths is its constant involvement in the operational business of its clients, which makes NewOak different from traditional asset managers. This allows the company to have a global view of its clients' wealth, which is often sorely lacking in asset managers. “This 360-degree view of their assets allows us to make customized proposals to each client with a formidable degree of precision”.

“We are very selective about who we choose as a client. We prefer to focus on a limited number of clients with whom we share the



stessi valori in modo da poter fornire loro un altissimo livello di servizio nella massima discrezione. NewOak è una forma di “club deal”, un circolo chiuso di investitori di qualità, provenienti da diversi background e campi di attività. Questo permette un'enorme sinergia e investimenti reciproci tra i nostri clienti. Siamo molto esperti in private equity. I nostri clienti possono così accedere ad una gamma più ampia di opportunità facendo leva sulle loro competenze e reti, in settori in cui queste famiglie detengono già un significativo vantaggio strategico”.

Il valore aggiunto di NewOak deriva dalla competenza tecnica e dalla completezza dei servizi forniti, ma anche dall'assoluta indipendenza di giudizio - NewOak non applica retrocessioni. “Il volume del patrimonio in gestione ci permette di negoziare condizioni particolarmente favorevoli per i nostri clienti, selezionando i fornitori più adatti per ogni tipo di servizio e di investimento. Poiché operiamo sulla base di una tariffa forfettaria che comprende tutti i nostri servizi, i nostri clienti conoscono fin dall'inizio il costo annuale che rappresentiamo, una volta per tutte. Questo semplifica il rapporto e garantisce una trasparenza totale”.

La FINMA, l'autorità svizzera di regolamentazione dei mercati finanziari, ha recentemente introdotto nuove norme più severe per i family office e i gestori patrimoniali, al fine di ottenere una licenza per esercitare la professione. NewOak è tra i primi 30 asset manager/family office in Svizzera ad aver implementato queste nuove misure e quindi ad ottenere l'autorizzazione ufficiale fornita dalla FINMA, guadagnandosi l'interesse di diverse società che erano già desiderose di unirsi a questa nuova generazione di family office. “Siamo in sintonia con i nostri tempi”, conclude Gregory. “Il nostro obiettivo è quello di facilitare la vita quotidiana dei nostri clienti, in particolare attraverso la tecnologia. Ma soprattutto, vogliamo andare dritti ai fondamentali, essere il più possibile vicini al rapporto umano. Osare fare tutte le domande, capire i nostri clienti fino al più piccolo dettaglio ed essere in grado di fornire loro le risposte e le soluzioni che hanno il diritto di aspettarsi.”

same values so that we can provide them with an ultra-high level of service in the utmost discretion. NewOak is a form of “club deal”, a closed circle of quality investors, from different backgrounds and fields of activity. This enables tremendous synergy and mutual investments between our clients. We are very well versed in private equity. Our clients can thus access a wider range of opportunities while leveraging their expertise and networks, in sectors where these families already hold a significant strategic advantage.”

NewOak's added-value stems from the technical expertise and comprehensiveness of the services provided, but also from the absolute independence of judgment - NewOak does not charge retrocessions. “The volume of assets under management allows us to negotiate particularly favorable terms for our clients while selecting the most suitable providers for each type of service and investment. Since we operate on the basis of a flat fee that includes all our services, our clients know from the outset the annual cost that we represent, once and for all. This simplifies the relationship and guarantees total transparency.”

FINMA, the Swiss financial market regulator, recently introduced new, more stringent regulations for family offices and asset managers, in order to obtain a licence to practise. NewOak is among the first 30 asset managers/family offices in Switzerland to have implemented these new measures and therefore to obtain the official authorisation provided by the FINMA, earning it the interest of several companies that were already keen to join this new-generation family office venture. “We are in tune with our times,” concludes Gregory. “Our goal is to make our clients' day-to-day lives easier, particularly through technology. But above all, we want to get right down to the fundamentals, to be as close as possible to the human relationship. To dare to ask all the questions, to understand our customers down to the smallest detail, and to be able to provide them with the answers and solutions they are entitled to expect.”

SYLVIE LANCRENON,

LA FOTOGRAFA DELLE STELLE, SI RIVELA NEL SUO LIBRO OMBRES ET LUMIÈRES

La fotografa Sylvie Lancrenon ha sempre messo le star sotto i riflettori rimanendo sullo sfondo, nascosta nell'ombra. Fino ad ora. Rivelando il segreto della sua disabilità nel suo libro *Ombres et lumières*, parla della gamba che ha perso a 18 anni e vuole dare speranza a coloro che soffrono.

-/ The photographer Sylvie Lancrenon has always put the stars in the spotlight while remaining in the background, hidden in the shadows. Until now. By revealing the secret about her disability in her book *Ombres et lumières*, she talks about the leg she lost at the age of 18 and wishes to give hope to those who suffer.

Le sue immagini sono come un film fermo. Si sente che qualcosa è successo prima, che qualcosa succederà dopo, ma cosa? Per catturare questi momenti di verità, Sylvie Lancrenon fotografa senza cavalletto, la sua macchina fotografica in mano. Gira intorno al suo modello in movimento. La sua ricerca è la bellezza: del gesto, dell'essere, dell'anima. Anche della verità. Le dobbiamo le più belle immagini di Isabelle Adjani, Mylène Farmer o Emmanuelle Béart, rivelate nella sua espressione più semplice per la copertina della rivista ELLE. La fotografa si è sempre nascosta dietro il suo obiettivo, fino ad ora. Nel suo libro *Ombres et lumières*, pubblicato a maggio da Albin Michel, si rivela e racconta come ha perso una gamba per un cancro quando aveva 18 anni. Questo libro rivela come ha superato la sua disabilità ed è diventata una delle più grandi ritrattiste del suo tempo. Una vera lezione di resilienza.

Nel suo libro, lei rivela il segreto della sua disabilità. Perché ha scelto questo momento per farlo?

Ho deciso di farlo ora perché volevo che questo libro portasse qualcosa alle persone che hanno i miei stessi problemi e che non hanno avuto la possibilità di fare un lavoro che li appassiona. Ci sono persone con disabilità che hanno difficoltà ad accettare questa sofferenza. Volevo raccontare la mia storia e, attraverso di essa, parlare di tutti coloro che mi hanno aiutato a poter vivere della mia passione.

Ha subito un'amputazione all'età di 18 anni a causa del cancro e da allora ha vissuto con questo segreto. Parlarne oggi è un modo per accettarsi pienamente?

Ho sempre pensato che nelle mie disgrazie sono stato fortunato. La storia di questa disabilità è iniziata con un dolore al ginocchio. Andai dal primo medico che mi disse che era benigno, ma siccome il ginocchio mi faceva ancora male, mio padre mi portò da un professore dell'ospedale di Cochin. Ha fatto una biopsia e i risultati erano negativi. Mi sono sottoposto a radiazioni per tre mesi. A dicembre, io e la mia famiglia siamo andati in montagna per Natale. Amo sciare, ma mi era impossibile farlo. Quando tornai a Parigi, il professore mi disse che la mia gamba doveva essere rimossa e mi promise che entro sei mesi avrei potuto sciare di nuovo. Avevo appena 18 anni. A quell'età non si prende niente sul serio. Accettai. L'idea che sarei stata in grado di tornare sulle montagne svizzere, dove si sciava, mi ha portato. Ho lavorato duramente. Imparai di nuovo a sciare su una gamba sola con dei bastoncini che avevano dei pattini all'estremità. Lo sci mi ha salvato. Non mi sono mai arresa. Non ho mai guardato indietro. Questo non mi piace. Con questo libro, volevo dare un po' di speranza alle persone nella mia stessa situazione. Dalla sua pubblicazione, ho ricevuto lettere meravigliose da lettori che mi dicono che li ho aiutati.

-/ Her photographs are like a motionless film. One feels that something happened before, that something will happen afterwards, but what? To capture these moments of truth, Sylvie Lancrenon shoots without a tripod, her camera in her hand. She rotates around her moving model. She's pursuing beauty: that of a gesture, of a being, of a soul. And truth too. We owe her the most beautiful portraits of Isabelle Adjani, Mylène Farmer, or Emmanuelle Béart, revealed in her simplest expression for the cover of ELLE magazine. The photographer has always been hiding behind her lens, until now. In her book *Ombres et lumières*, published in May by Albin Michel, she reveals herself and tells how she lost a leg to cancer when she was 18. This book discloses how she overcame her handicap and became one of the greatest portraitists of her time. A true lesson in resilience.

In your book, you divulge the secret about your disability. Why did you choose this moment to do so?

I decided to do it now because I wanted this book to bring something to people who have the same problems as I did and who were not as fortunate as I was to have a job that they are passionate about. There are people with disabilities who have a hard time coming to terms with this suffering. I wanted to tell my story and, through it, talk about all those who helped me to be able to live from my passion.

You underwent an amputation at the age of 18 following a cancer and since then, you have been living with this secret. Is talking about it today a way to fully embrace yourself?

I always thought that in my misfortunes, I have been lucky. The story of this disability began with knee pain. I went to the first doctor who told me it was benign, but as my knee was still hurting, my father took me to see a professor at the Cochin Hospital. He did a biopsy, and the results were bad. I underwent radiation for three months. In December, my family and I went to the mountains for Christmas. I love to ski, but it was impossible for me to do so. When I returned to Paris, the professor told me that my leg had to be removed and promised me that within six months I would be able to ski again. I was barely 18 years old. You don't take anything seriously at that age. I agreed. The idea that I would be able to return to the Swiss mountains, where we used to ski, carried me. I worked hard. I relearned how to ski on one leg with poles that had skates on the end. Skiing saved me. I never gave up. I never looked back. I don't like that. With this book, I wanted to give a little hope to people in my situation. Since its publication, I have received wonderful letters from readers who tell me that I have helped them.



Lei fotografa le donne più belle del mondo e le sue immagini le rendono ancora più belle. Qual è la sua definizione di bellezza?

Sono ossessionata dalla bellezza: la bellezza di un paesaggio, di una donna, di un uomo, di un'estetica. È ossessivo. Essere alla ricerca della bellezza è cercare l'anima della persona che sto fotografando. Quello che c'è nel profondo di lui o di lei. E per farlo, devo avvicinarmi a loro. Preparo lo scatto a lungo in modo che il mio soggetto sia in uno stato di abbandono. Per accedere a questa forma di verità, uso la mia macchina fotografica per spingerla a darmi un certo sguardo. Sento in quale momento ho LA foto. È un clic. Per rivelarsi nella sua bellezza, una persona non può essere senza emozione, e la bellezza a sua volta scatena l'emozione.

Quando si sviluppano le foto in argento, le immergiamo in uno sviluppatore. Cosa rivela del suo soggetto che noi non sappiamo, o che la persona non sa di se stessa?

Non molto tempo fa ho fotografato un produttore sulla sessantina. Aveva bisogno di foto per la stampa. Non è un'attrice, non aveva il carisma di una star, ma sapevo che si aspettava che rivelassi qualcosa di lei, qualcosa di bello. L'ho messa a suo agio, l'ho guardata e l'ho fotografata. Quando questa donna ha scoperto i suoi ritratti, mi ha detto che per la prima volta poteva guardare un'immagine che la rivela e le dà fiducia. Quando l'anima si rivela, e si riesce a trascriverla su una foto, è un successo. Ma bisogna andare a cercare l'anima.



You photograph the most beautiful women in the world and your images make them even more beautiful. What is your definition of beauty?

I am obsessed with beauty: the beauty of a landscape, a woman, a man, of an aesthetic. It is obsessive. To be in search of beauty is to get to the soul of the person I am photographing. What is deep inside of him or her. And to do so, I have to get close to them. I carefully plan the shooting so that my subject is in a state of surrender. In order to access this form of truth, with my camera, I push him or her to give me a certain look. I can sense when I have the right picture. It's a click. To reveal oneself in their beauty, a person cannot be without emotion, and beauty in turn triggers an emotion.

When developing silver photos, we dip them in a developer. What do you reveal about your subject that we don't know, or that the person doesn't know about themselves?

Not long ago I photographed a producer in her sixties. She needed photos for the press. She is not an actress, she did not have the charisma of a star, but I knew that she expected me to reveal something of her, something beautiful. I put her at ease, I put my eyes on her, I photographed her. When this woman discovered her portraits, she told me that for the first time she could look at an image that reveals her and gives her confidence. When the soul is revealed, and you manage to transcribe it on a photo, it's a success. But you have to go soul searching.

Stava già facendo fotografie quando ha perso la gamba?

Sì, avevo imparato a sviluppare le mie foto all'età di 14 anni quando ero in collegio. Dopo aver perso la gamba, mi sono trovata in una forma di emergenza: dovevo andare meglio per forza. Ho avuto la fortuna di essere presentata a Claude Lelouch. Gli ho chiesto cosa fare se ti piace la fotografia. Mi ha offerto uno stage come fotografo sul set del suo film. Ho dovuto rubare foto, momenti di intimità e conoscere molto rapidamente le star. Ho imparato molto.

Questo libro è un modo di rivelarsi nella sua interezza?

Nella vita di tutti i giorni, porto una protesi, tranne che per nuotare e sciare. Infine, questa gamba mi ha dato una forza incredibile. Senza di essa, non posso fare nulla e devo essere molto sicura di me stessa. È diventata la mia amica, è una parte di me.

Voleva che questo libro aiutasse gli altri. In che modo?

Volevo che questo libro avesse uno scopo. Così ho incontrato Sophie Clusel, la segretaria di Stato del primo ministro incaricata dei disabili, lo scorso giugno e mi ha chiesto di fare la prossima campagna sulla disabilità che sarà realizzata in autunno. Naturalmente fotograferò le persone disabili. Dovrò mettere in evidenza chi sono, nella profondità del loro essere. Per far dimenticare alla gente la loro disabilità.

Sarà presente nella campagna con un autoritratto?

No, non lo farò! Mi nascondo sempre dietro il mio obiettivo.



transcribe it on a photo, you have succeeded. But you have to go looking for the soul.

Were you already taking pictures when you lost your leg?

Yes, I had learned to develop my photos at the age of 14 when I was in boarding school. After I lost my leg, I was in a form of emergency: I had to go for it. I was lucky enough to be introduced to Claude Lelouch. I asked him what to do if one liked photography. He offered me an internship as a set photographer on his shooting. I had to steal photos, moments of intimacy, and get to know the stars very quickly. I was well trained.

Is this book a way of revealing yourself in your entirety?

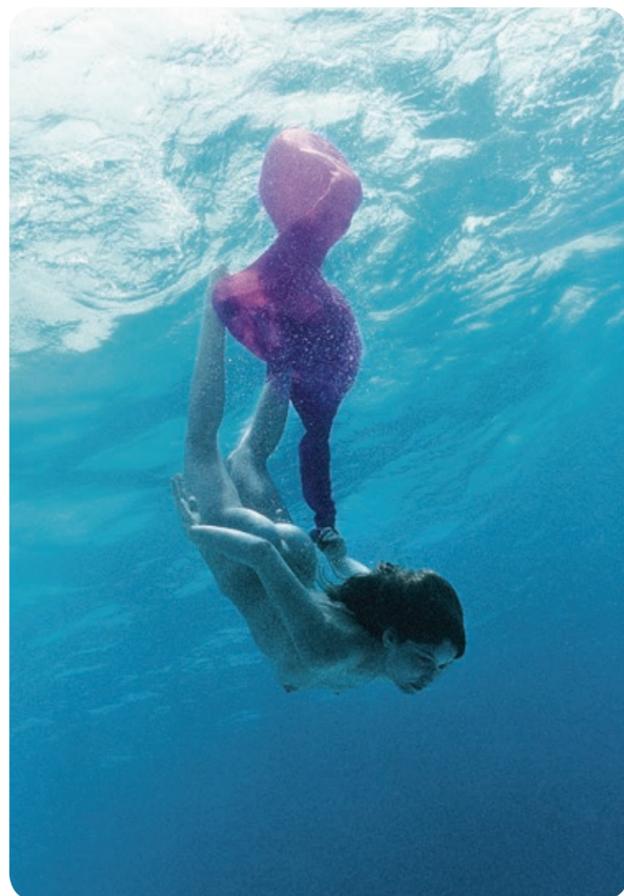
In everyday life, I wear a prosthesis, except for swimming and skiing. Finally, this leg has given me incredible strength. Without it, I can't do anything, and I need to be very sure of myself. It has become my friend, it is a part of me.

You wanted this book to help others. In what way?

I wanted this book to serve a purpose. So I met Sophie Clusel, the Secretary of State to the Prime Minister in charge of disabled people, last June and she asked me to make the next campaign on disability that will be carried out this fall. I will of course photograph disabled people. I will have to highlight who they are, in the depths of their being. To make people forget about their disability.

Will you be part of the campaign with a self-portrait?

No, I won't! I always hide behind my lens.



COTE MAGAZINE ULTRA CREATIVITÀ

COTE MAGAZINE VI PORTA FUORI DAI SENTIERI BATTUTI, LONTANO DAL LISCIO, DAL CONVENZIONALE, DAL DÉJÀ-VU. QUANDO LE CASE PRENDONO LA STRADA DELL'ULTRA-CREATIVITÀ, TUTTO VA BENE. AVVENTURANDOSI IN NUOVI CAMPI DI CREAZIONE, DESTRUTTURANDO LE INTERPRETAZIONI, CON UN GRANO DI FOLLIA COME VALORE AGGIUNTO, COMBINATO CON LA COMPETENZA, E LE CREAZIONI SI RIVOLGONO POI VERSO IL FUTURO, CON PEZZI ECCEZIONALI. DALLO STUPORE NASCE IL PROGRESSO. ECCO ALCUNE PAGINE DEDICATE A CREAZIONI AUDACI DI TUTTI I TIPI, CHE SOFFIANO UN VENTO NUOVO...



-/ Cote Magazine takes you off the beaten path, away from the polished, the conventional, the familiar. When Houses turn to ultra-creativity, anything goes. By venturing into new fields of creation, deconstructing interpretations, with a touch of madness as an added value, combined with know-how, their creations look to the future, through outstanding items. Out of amazement arises progress. These pages are dedicated to daring creations of all kinds, blowing a breath of fresh air...

The Bubble dress - Pierre Cardin - Hiroko Matsumoto photographed by Terence Donovan, 1964

ARNAUD CHASTAINGT, DIRETTORE DELLO STUDIO DI DESIGN DELL'OROLOGERIA DI CHANEL

-/ ARNAUD CHASTAINGT, DIRECTOR
OF CHANEL'S WATCHMAKING
CREATION STUDIO

Qual è il pezzo forte dell'orologio J12 nel 2021?

Mentre il nostro esclusivo calibro 12.1 alimenta il J12 38mm dal 2019, è il calibro 12.2, il nostro nuovo movimento meccanico a carica automatica, che ora alimenterà il J12 33mm.

Qual è il tema trasversale di Chanel Time?

È un anno colorato per Chanel Time! Sono stato ispirato dai codici immaginari della cultura Electro.

Come ti ha ispirato questo movimento musicale?

Negli anni 90, questo movimento musicale ha imposto un universo visivo radicale ed eccentrico, riflettendo il mondo della notte e l'atmosfera in cui si è sviluppato. La musica elettronica va oltre il campo musicale e genera una vera e propria cultura estetica. La performance è globale, sensoriale, grafica e va oltre l'effetto sonoro. Indissociabile dai luoghi in cui si sviluppa, la cultura Electro si sta sviluppando come un movimento di espressione artistica a sé stante.

Come ha tradotto questa ispirazione?

Ho immaginato questa capsule collection come un programma, invitando i nostri classici ad esibirsi su questo palco e a prendere in prestito i codici di questo universo. Il confronto tra il nero e il colore è al centro di questa storia. Il colore illumina il nero. La profondità del nero sottolinea il colore, il matrimonio è radicale, il contrasto è grafico. Così, J12, Première, Code Coco e Boy-Friend si rivelano in un'atmosfera grafica, vibrante e ipnotica.

Chanel ha una definizione personale di Alta Orologeria. Che cos'è?

Da Chanel, l'Alta Orologeria va ben oltre una complessità puramente tecnica. È un terreno di gioco molto stimolante dove eccellenza, audacia ed eccezione sono le parole chiave.

Nel 2020 hai lasciato il segno con la collezione "Mademoiselle Privé Bouton". Dove vuole portarla nel 2021?

Ho sognato il bottone Chanel come un orologio. Gabrielle Chanel ha ingrandito un oggetto ordinario. La creazione di un orologio a bottone è stata una di quelle ossessioni creative che non ti abbandonano mai.

Nel 2021, "Mademoiselle Privé Bouton" rimane fedele all'eccezionale maestria artigianale, optando per polsini in pelle trapuntata sottolineati da un cinturino dorato.

In un registro completamente diverso, la collezione Monsieur incarna la definizione dell'orologeria maschile di Chanel dal 2016. Quali sono le ultime novità?

Quest'anno, il nostro orologio maschile svela tre nuovi look. La Marble Edition in ceramica nera con quadrante in marmo nero. Il Monsieur fa anche rivivere l'eleganza del diamante baguette associato a un quadrante nero in smalto grand feu. Infine, abbiamo scelto un look sportivo per il Monsieur Superleggera. Ho voluto dargli questa firma, sinonimo di eccellenza ed eccezione.

In 30 anni, CHANEL ha lasciato il segno nel mondo dell'orologeria e oggi è uno dei maggiori protagonisti. Secondo lei, qual è l'unicità dell'orologeria Chanel?

Da Chanel, la libertà della creazione e l'eccellenza della competenza sono inseparabili. Questa combinazione si riflette in tutti gli orologi Chanel.

Un designer ispirato che rivela novità orologiaie di una casa che ha lanciato il suo primo orologio nel 1987.

-/ An inspired designer who lifts the veil on the watchmaking news of a House that launched its first watch in 1987.

-/ What is the J12 watch's highlight in 2021?

While our exclusive calibre, the 12.1, has been powering the J12 38mm since 2019, it is the calibre 12.2, our new self-winding mechanical movement, that will now drive the J12 33mm.

What is Chanel Time's transversal theme?

It's a colourful year for Chanel Time! I was inspired by the imaginary codes of the Electro culture.

How did this musical movement inspire you?

In the 90s, this musical movement established a radical, eccentric visual universe, reflecting the night scene and the atmosphere in which it developed. Electronic music goes beyond the musical field and generates a real aesthetic culture. The performance is global, sensory, visual and goes beyond the sonic aspect. Indissociable from the places in which it takes shape, Electro culture is developing as a movement of artistic expression in its own right.

How did you translate this inspiration?

I imagined this capsule collection as a programme, inviting our classics to perform on this stage and to borrow codes from this universe. The confrontation of black and colour is at the heart of this story. The colour illuminates the black. The depth of the black underlines the colour, the marriage is radical, the contrast is bold. Thus, J12, Première, Code Coco and Boy-Friend are presented in a vibrant and hypnotic graphical atmosphere.

Chanel has a personal definition of Haute Horlogerie. What is it?

Chanel's definition of Haute Horlogerie goes far beyond a purely technical complexity. It is a very inspiring playground where excellence, audacity and uniqueness are the key words.

In 2020, you made your mark with the "Mademoiselle Privé Bouton" collection. Where do you want to take it in 2021?

I dreamed of the Chanel button as a timepiece. Gabrielle Chanel magnified an ordinary object. The creation of a button watch was one of those creative obsessions that never let go of you. In 2021, "Mademoiselle Privé Bouton" remains faithful to exceptional craftsmanship while opting for quilted leather cuffs underlined by a golden strap.

In a completely different register, the Monsieur collection has embodied the definition of Chanel men's watchmaking since 2016. What's the latest?

This year, our masculine timepiece unveils three new looks. The Marble Edition in black ceramic with a black marble dial. The Monsieur also revives the elegance of the baguette diamond associated with a black grand feu enamel dial. Finally, we chose a sporty look for the Monsieur Superleggera. I wanted to give it this signature, synonymous with excellence and exception.

In 30 years, CHANEL has made its mark in the world of watchmaking and is now one of the biggest players. In your opinion, what is the uniqueness of Chanel watchmaking?

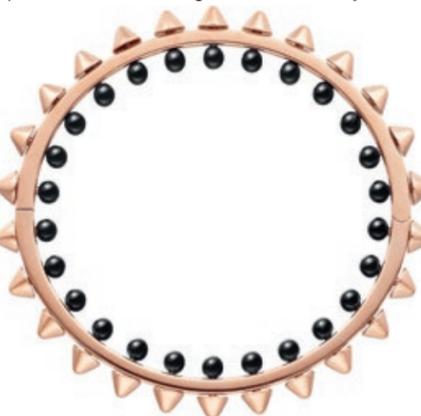
At Chanel, the freedom of creation and the excellence of know-how are inseparable. This combination is found in every Chanel watch.

«È un terreno di gioco molto stimolante dove eccellenza, audacia ed eccezione sono le parole chiave»

CLASH UNLIMITED CARTIER NO LIMITS

Come descrivereste il DNA di Clash Unlimited?

Questa linea fa parte della nostra filosofia creativa in due modi: da un lato, attraverso la sua estetica, che aggiunge la sua pietra al "vocabolario" sviluppato da Cartier nel corso degli anni. D'altra parte, il modo in cui gli oggetti sono composti, le loro forme geometriche e i loro volumi: il cono, il clou de Paris, la piramide, il quadrato, il cubo, le sfere, il picot - in oro, pietra dura o zaffiro. Tutto questo ha plasmato l'estetica della Casa dall'inizio del XX secolo. Durante tutti gli anni 30, Jeanne Toussaint lo arricchisce e lo sviluppa giocando con diversi materiali, sia oro che pietre. Tuttavia, questi gioielli di Clash Unlimited sono totalmente nuovi, sono una novità nella nostra storia. Questo ci porta alla seconda dimensione che vorrei menzionare, quella della filosofia dietro la creazione di questi gioielli: abbiamo voluto che fossero in fase con il loro tempo e con il modo in cui le donne rivendicano la loro libertà di espressione. Questi gioielli sono come dichiarazioni d'intenti, e la gioielleria Cartier ha sempre lavorato in questa direzione, è sempre stata un pioniere nel modo in cui aiuta le donne ad esprimersi. Cartier ha sempre accompagnato le donne in questa crescente ricerca di libertà, di emancipazione. Questi gioielli riflettono quindi chiaramente le basi della creazione come Cartier la vede.



Quali sono le principali innovazioni di questa collezione?

Penso che siano innovazioni che sono in linea con le tradizioni che sono ancorate a Cartier, per esempio la mobilità. Gli elementi mobili sono molto presenti da Cartier.

Da un lato, per ragioni di comodità, ma anche perché è un aspetto ludico che permette di giocare con questi gioielli in modo sensuale. Ti fa venire voglia di toccarli, di muoverli sulle dita o sul polso.

Un'altra innovazione è il modo in cui il braccialetto è stato progettato con sfere in movimento sul polso.

Anche l'idea dell'anello tra due dita è interessante. Questo è stato fatto prima, ma questa volta i volumi sono insoliti.

Ci sono anche innovazioni estetiche, in particolare la scelta dell' ametista con il bianco e il nero. Il bianco e il nero sono essi stessi decisamente in linea con i codici della Casa.

Alcuni dei pezzi di Clash Unlimited presentano nuovi abiti, è un approccio che stai esplorando anche per le collezioni future?

Direi che questo è un approccio che è sempre esistito nella Maison Cartier e che a volte prendiamo in prestito da altre culture.

Penso ai gioielli da matrimonio rajasthani, per esempio, dove gli anelli sono collegati da catene ai braccialetti, cose che si facevano già negli anni '20. Collane e spille con molteplici indossamenti, fibule.

Sempre negli anni '20, abbiamo anche progettato ornamenti per la testa che erano a loro volta attaccati alle collane.

Con Clash Unlimited, Cartier si allontana dai sentieri battuti, pur rendendo omaggio ai gioielli leggendari che hanno segnato la sua storia. Per discutere di questa collezione audace e ribelle, abbiamo incontrato Pierre Rainero, direttore di stile, immagine e patrimonio di Cartier.

-/ With Clash unlimited, Cartier is straying from the beaten path, while paying tribute to the legendary jewels that have marked its history. To discuss this collection, which is as original as it is bold, we met with Pierre Rainero, Cartier's Director of Style, Image and Heritage.

How would you describe Clash Unlimited's DNA?

This line is part of our creative philosophy in two respects: on the one hand, through its aesthetic, which adds its contribution to the «vocabulary» developed by Cartier over the years. On the other hand, the way the objects are composed, their geometric shapes and volumes: the cone, the clou de Paris, the pyramid, the square, the cube, the beads, the picot - in gold, hard stone or sapphire. All of this has shaped the aesthetics of the House since the beginning of the 20th century. Throughout the 1930s, Jeanne Toussaint enriched and developed it by playing with different materials, whether gold or stones. However, these Clash Unlimited jewels are totally new, they constitute a novelty in our history. This brings us to the second dimension I would like to mention, the philosophy behind the creation of these jewels: we wanted them to be in phase with their time and with the way women claim their freedom of expression. These jewels are like manifestos, and Cartier Jewelry has always worked in this spirit, always been a pioneer in helping women express themselves. Cartier has always accompanied women in this growing quest for freedom, for liberation. These jewels therefore clearly reflect the foundations of creation as Cartier sees it.

What are the major innovations found in this collection?

I think they are innovations that are in line with the traditions that are anchored at Cartier, such as mobility. Mobile elements are very present in our collections. On the one hand, for the sake of comfort, but also because it's a playful aspect that allows you to play with these jewels, in a sensual way. It makes you want to touch them, to move them on your fingers or on your wrist. Another innovation is the way the bracelet has been designed with moving balls. So that the comfort and the playfulness are reinforced by these balls positioned on an axis, allowing the bracelet to roll around the wrist. The idea of the ring between two fingers is also interesting. It has been done in the past, but this time the volumes are unusual. There are also aesthetic innovations, including the choice of amethyst with white and black. White and black are themselves firmly rooted in the House's codes.

Some of the pieces in Clash Unlimited offer new ways of being worn, is this an approach that you are also exploring for future collections?

I would say that it is an approach that has always existed in the House and that we sometimes borrow from other cultures. I'm thinking of Rajasthani wedding jewelry, for example, where rings are linked by chains to bracelets, things that we've done since the 1920s. Necklaces and brooches with multiple ways of being worn, fibulae, things like that. Still in the 1920s, we also designed head ornaments that themselves



«DIREI CHE L'AUDACIA È LA NOSTRA FORZA MOTRICE.»

PIERRE RAINERO

Anello tra due dita - Clash Unlimited
Picot sovradimensionato, cono in onice e diamanti

«LA CREATIVITÀ È NEI NOSTRI GENI E NEI NOSTRI VALORI.»

Così andiamo molto lontano nella tradizione del del "multiple wears" in queste collezioni. E infatti la collezione Clash Unlimited è parte di questa ricerca continua, che si riflette negli orecchini, che sono asimmetrici, indossati tutto intorno al lobo. È un concetto che coltiviamo.

Quando ti chiami Cartier, tutte le audacie sono permesse?

Direi che l'audacia è la nostra forza motrice. Cioè, Cartier è noto per esplorare costantemente nuovi territori, nuove estetiche. E la Maison è stata un pioniere per tutto il XX secolo, che si tratti dell'uso del platino, di nuovi tipi di montature, di nuovi tagli di diamanti, come il taglio baguette, del lavoro sul volume a partire dalla fine degli anni '20, o di nuovi codici di colore presi in prestito da altre culture.

L'audacia è la nostra parola d'ordine nel campo della gioielleria, che è sempre stata riconosciuta all'unanimità. Immaginate l'audacia del braccialetto dell'amore, del braccialetto del chiodo, del braccialetto della trinità negli anni 1920! Quindi sì, ogni audacia è permessa, anzi incoraggiata dalla tradizione di Cartier!

L'identità della Casa trova necessariamente il suo posto accanto all'ultra creatività?

La creatività è nei nostri geni e nei nostri valori. E il ruolo di Cartier è proprio quello di un'esplorazione costante, che non è mai vana. Un'esplorazione che apre la porta ad altri sviluppi basati su queste innovazioni. Pertanto, le innovazioni in Cartier sono sempre considerate in base al loro potenziale di evoluzione, ma anche in base alla nostra idea di come dovrebbe essere un oggetto bello.

were attached to necklaces. So, we go very far in the tradition of the «multiple wears» in these collections. And indeed, the Clash unlimited collection is part of this ongoing research, which is reflected particularly in the earrings, which are asymmetrical, worn all around the lobe. It's a concept that we cultivate.

When one's name is Cartier, is every kind of audacity allowed?

I would say that audacity is our driving force. That is to say, Cartier is known for constantly exploring new territories, new aesthetics. And the House has been a pioneer throughout the 20th century, whether through the use of platinum, new types of settings, new diamond cuts such as the baguette cut, work on volume starting in the late 1920s, or new color codes borrowed from other cultures. Boldness is our watchword in the field of jewelry, and this has always been unanimously recognized. Imagine the audacity of the love bracelet, the nail bracelet, the trinity bracelet in the 1920s. So yes, every boldness is allowed, even encouraged by tradition!

Does the identity of the House necessarily find its place alongside ultra-creativity?

Creativity is in our genes and our values. And the role of Cartier is precisely that of constant exploration, which is never in vain. An exploration that opens the door to other developments based on these innovations. Therefore, innovations at Cartier are always considered according to their potential for evolution, but also according to our idea of what a beautiful object should look like.

PURNELL, LA VITA È UN MOVIMENTO

-/ LIFE IS A MOVEMENT



Purnell non scrive la sua storia al passato. È un giovane marchio di alta orologeria e assume le sue responsabilità. "Alla Purnell non parliamo del passato, ci concentriamo sul futuro", dice Maurizio Mazzocchi, CEO. Un uomo d'azione, con quasi 30 anni di esperienza nel settore. Imprenditore, ha lanciato Purnell nel 2020 con un tesoro in tasca, il movimento Spherion a carica manuale firmato dal maestro orologiaio Eric Coudray.

Un talento unico che collabora tuttora con Purnell, adattando creativamente questo calibro. Qui, il tourbillon è reinventato nel cuore di una montatura tridimensionale che gioca la carta della trasparenza con un tourbillon singolo o doppio la cui gabbia (o gabbie) è in moto perpetuo su tre assi diversi. E questo, per una performance ineguagliabile.

"Un'idea forte ispirata alla frase di Leonardo da Vinci, "Il movimento è causa di vita", dice Maurizio Mazzocchi. E per di più un'ottima idea, visto che l'animazione, la trasparenza e la meccanica sono al passo con i tempi. Per non parlare della scelta sistematica del tourbillon come marchio di qualità innegabile. Così, Spherion è diventato un pilastro creativo per Purnell. È disponibile in diverse versioni, "diversi abiti", come dice scherzosamente Maurizio Mazzocchi. Una volta maschile, un'altra femminile, a volte con gabbie a tourbillon incastonate nell'oro... Allo stesso tempo unico e plurale, è alloggiato in una cassa a scelta, di 44 o 48 mm di diametro, disponibile in oro, titanio, carbonio, platino e WPM..

Un materiale esclusivo, White Purnell Microfiber, è più leggero del carbonio e più forte della ceramica. Questo permette ai collezionisti di creare pezzi unici o piccole serie di non più di tre pezzi. Lusso estremo quando si sa che Purnell annuncia il prezzo medio più alto nel settore dell'orologeria!

Costantemente animato da un tourbillon, nello spirito dei tempi, un orologio Purnell simboleggia il futuro dell'orologeria e fa della meccanica in movimento la sua firma.

-/ Consistently animated by a tourbillon, in the spirit of the times, a Purnell watch symbolizes the future of watchmaking and makes mechanics in motion its signature.

-/Purnell is not writing its history in the past tense. This young brand of fine watchmaking fully embraces the future. "At Purnell, we don't talk about the past, we focus on the future," says Maurizio Mazzocchi, CEO. A man of action, with nearly 30 years of experience in the industry. An entrepreneur, he launched Purnell in 2020 with a treasure in his pocket, the hand-wound Spherion movement signed by master watchmaker Eric Coudray. A unique talent who still collaborates with Purnell, creatively adapting this caliber. Here, the tourbillon is reinvented at the heart of a three-dimensional setting playing the transparency card with a single or double tourbillon whose cage(s) are in perpetual motion on three different axes. And this, for an unequalled performance.

"A strong idea inspired by Leonardo da Vinci's phrase, "Motion is a cause of life", says Maurizio Mazzocchi. And moreover, an excellent idea, as animation, transparency and mechanics are in the zeitgeist. Not to mention the systematic choice of the tourbillon as an undeniable quality label. Thus, Spherion has become a creative pillar for Purnell. It comes in several versions, "several suits" as Maurizio Mazzocchi jokingly puts it. Once masculine, another feminine, sometimes with tourbillon cages set in gold... At once unique and plural, it is housed in a case of your choice, 44 or 48 mm in diameter, available in gold, titanium, carbon, platinum and WPM.

This exclusive material, White Purnell Microfiber, is lighter than carbon and more resistant than ceramic. It offers collectors unique pieces or tiny series of up to three pieces. Extreme luxury when one considers that Purnell has the highest average price in watchmaking!



Maurizio Mazzocchi, CEO

By appointment at the showroom
Rue du Rhône 80, 1204 Geneva
022 310 03 21
www.purnellwatches.com

Tre domande ad Eric Coudray, maestro orologiaio

Qual è la sua definizione di un orologio Purnell?
Un tourbillon dallo stile contemporaneo che dà spettacolo attraverso l'animazione di alcuni dei suoi componenti.

Cosa rende un movimento di successo?
Un calibro di successo è un meccanismo che funziona bene, è affidabile, facile da montare, semplice da usare e, infine, ha tutte le carte in regola per sedurre il pubblico e la stampa. Se vince diversi premi, diventa impeccabile. Potrà allora durare nel tempo e diventare un'icona.

A quale progetto sta lavorando in questo momento?
Sugli orologi del Pallone d'Oro. Due pezzi unici in oro rosa con il coperchio del barile inciso "For the male winner" e "For the female winner", che saranno consegnati ai due vincitori del Pallone d'Or del 2021. Entrambi i pezzi sono azionati da un calibro Spherion dotato di un tourbillon montato su un singolo asse nascosto in un palloncino d'oro che gira su se stesso in 30 secondi. Come per Patek Philippe, il tourbillon non è visibile.



-/ Three questions to Eric Coudray, master watchmaker

What is your definition of a Purnell watch?
A tourbillon with a contemporary style that puts on a show through the animation of some of its components.

What makes a movement successful?
A successful caliber is a mechanism that works well, is reliable, easy to assemble, simple to use, and finally, has all the assets to seduce the public and the press. If it wins several awards, it becomes flawless. It will then be able to last over time and become an icon.

What project are you working on at the moment?
On the Ballon d'Or watches. Two unique pieces in pink gold with the barrel cover engraved "For the male winner" and "For the female winner", which will be offered to the two 2021 Ballon d'Or winners. Both pieces are driven by a Spherion caliber with a classic tourbillon mounted on a single axis hidden in a golden balloon that turns on itself in 30 seconds. As with Patek Philippe, the tourbillon is not visible here...

TIME LAPSE

Fanny Sage, ballerina diplomata al Conservatorio Nazionale Superiore di Musica e Danza di Lione, è una figura di spicco della danza contemporanea internazionale.

Si esibisce in molti universi come coreografa e ballerina per pubblicità di grandi aziende come Chanel, Cartier, Hermès, Loro Piana, Gucci, Bulgari e molti altri, così come per videoclip, tra cui uno di Elton John.

Sullo schermo, Fanny mescola la danza alla recitazione, in cortometraggi per l'Opera di Parigi e in lungometraggi, in particolare come sostituta di Lilly Rose Depp in *La Danseuse* di Stéphanie Di Giusto, nella serie di Canal+ *Vernon* di Cathy Verney, in cui recita accanto a Romain Duris, e nell'ultimo film di Cédric Klapisch.

Sul palco, è una performer, coreografa e direttore artistico di "Ma, the space between all things", la sua ultima creazione, ispirata a un concetto giapponese, in cui Fanny Sage mescola danza, musica e video, fa anche parte della compagnia Peeping Tom.

Fanny Sage balla qui davanti all'obiettivo della fotografa Bojana Tatarska per la nostra serie sull'ultra-creatività.

Realizzazione : Caroline Schwartz

Trucco : Adeline Raffin

Parrucchiere : Fabien Giambona @Sisley Paris

Abito in lana e seta Dior



-/ **Fanny Sage**, a graduate of the Conservatoire National Supérieur de Musique et de Danse de Lyon, is a leading figure in international contemporary dance. She performs in many circles as a choreographer and dancer in commercials for major fashion houses such as Chanel, Cartier, Hermès, Loro Piana, Gucci, Bulgari and many others, as well as in music videos, including one of Elton John's.

On screen, Fanny mixes dance with acting, in short films for the Paris Opera and feature films, notably as understudy to Lilly Rose Depp in Stéphanie Di Giusto's *La Danseuse*, the Canal+ series *Vernon* by Cathy Verney, in which she plays alongside Romain Duris, or in the latest feature film by Cédric Klapisch.

In «Ma, the space between all things», her latest creation, inspired by a Japanese concept, Fanny Sage mixes dance, music and video, acting as a performer, choreographer and artistic director. She is also a member of the Peeping Tom company.

Her Fanny Sage dances in front of photographer Bojana Tatarska's lens for our ultracreativity issue.

Orologio Escape II in oro rosa, 48 mm, Calibro P03 con doppio Spherion, gabbie del tourbillon con pietre preziose; quadrante in zaffiro con zaffiri baguette "rainbow"

Orologio Escape II in titanio, 48 mm, calibro P03 con doppio Spherion e quadrante in zaffiro con zaffiri baguette blu, zaffiri blu baguette. **Purnell**

Reggiseno e mutandine in cashmere Eres, gonna lunga con spacco in chiffon di seta e jacquard di seta **Chanel**



Collana Grosgrain in malachite, onice e diamanti **Boucheron**
Abito a rete **SportMax**



Furtif 44mm orologio scheletrico alimentato da un nuovo calibro 100% manifattura **Hysek**
Tuta e guanti in lana jacquard, derby con plateau di **Prada**



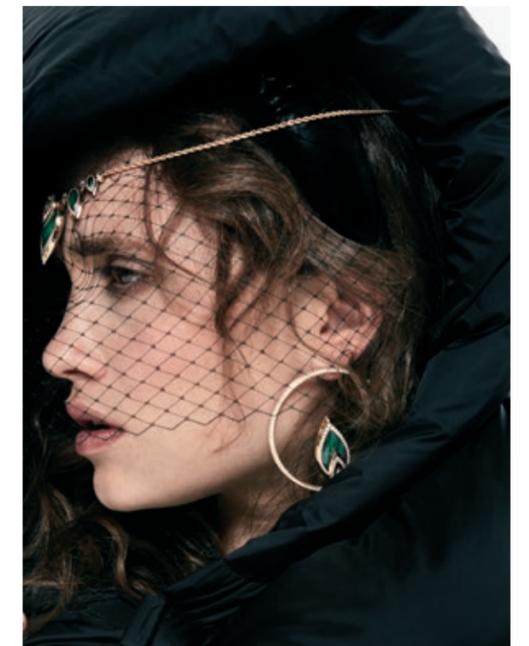
Orecchini, anelli e bracciale in oro bianco, onice e diamanti CLASH [UN]LIMITED Cartier
Crop top e leggings in jersey velour Fendi X Skims
Stivali con tacco in tela con monogramma Fendi



RM 037 Donna in ceramica bianca e oro bianco su cinturino in caucciù bianco **Richard Mille**
Abito corto di raso con collo lungo a sciarpa, stivali Fendi First, il tutto **Fendi**



Gioiello per la testa e mono creolo Colour Play, oro giallo, diamanti e malachite,
collezione di alta gioielleria **Messika** By Kate Moss
Anello Diamond Magnet in oro bianco con 10,64 carati di diamanti,
collezione di alta gioielleria Magnetic Attraction **Messika**
Piumino **Rick Owens** sur MyTheresa.com



Bracciale Panther di Cartier, oro bianco, onice, con 2 smeraldi
e 571 diamanti taglio brillante per 6,66 carati, ~30 zaffiri per 2,61 carati
Cardigan raccourci Alaïa sur MyTheresa.com



Collana Chanel Franges Swing in oro bianco con
diamanti rotondi (34.66cts) e diamanti baguette (10.86 cts)
Cappotto in tweed di lana, top in seta nera jacquard,
Gonna lunga con spacco in chiffon di seta e jacquard di seta
stivali in pelle e shearling, il tutto **Chanel**



« HERE WE ARE! »

LA MOSTRA DEDICATA ALLE DONNE DESIGNER AL MUSEO VITRA

-/ «HERE WE ARE!»
AN EXHIBITION DEDICATED TO WOMEN DESIGNERS AT THE VITRA MUSEUM

Quando viene chiesto a **Mateo Kries, direttore del Vitra Design Museum**, cosa possiamo aspettarci dal design nel 2021, risponde: "Negli ultimi anni, il discorso sul design si è spostato dalle questioni di forma o tendenze agli aspetti sociali. In questi tempi di sfide pressanti, sembra assurdo discutere di pura estetica, quando vediamo che il design deve agire a livello politico e assumersi delle responsabilità. La pandemia ha rafforzato questa tendenza, poiché ha focalizzato la nostra prospettiva su ciò che conta davvero. Ora che stiamo lentamente emergendo dalla pandemia, dovremmo tenere a mente queste lezioni. Il design ha un enorme potenziale per offrire soluzioni alla vita sostenibile e ad altre sfide sociali. Detto questo, penso che ci sia anche un gran desiderio di tornare alla normalità e di godere delle cose che sono semplicemente belle. Un filosofo disse una volta: "La bellezza è il riflesso della verità". Penso che questa citazione sia adatta ai nostri tempi. Le cose che non sono oneste e non sono responsabili non possono essere belle. Ma abbiamo bisogno della bellezza per sopravvivere e per riscoprire le gioie della vita. Quindi cerchiamo la verità e troveremo la bellezza. La bellezza si scopre nella mostra "Here we are", dedicata alle donne designer dell'inizio del XX secolo, spesso invisibili nella storia. Un viaggio affascinante.

All'inizio del XX secolo, le donne hanno cominciato ad ottenere diritti politici: perché il mondo del design non ha dato loro un posto maggiore in quel momento?

Nina Steinmüller, curatrice della mostra: In "Here We Are!" stiamo esaminando il contributo delle donne al design dal 1900 circa. La pratica del design come la conosciamo oggi si è formata in quel periodo. C'era una comprensione molto binaria del genere e dei pregiudizi di genere. Le donne erano spesso viste in campi di design di genere, come la tessitura o la ceramica, che erano anche meno valorizzati in un'industria del design pesantemente influenzata dalle dottrine moderniste e da un'ossessione per i progressi tecnologici. A volte le donne hanno anche scelto questi campi deliberatamente. Sono stati emarginati o i loro contributi non sono stati adeguatamente registrati.

Le donne designer sono state spesso messe in ombra dall'uomo con cui lavoravano. Eppure l'opera sarebbe stata diversa se non



Il Vitra Museum dedica una mostra alle donne designer, che non sempre hanno avuto il posto che meritano. Intervista con la curatrice Nina Steinmüller.

-/ The Vitra museum dedicates an exhibition to women designers, who have not always had the place they deserve. Interview with the curator Nina Steinmüller.

-/ When asked what to expect from design in 2021, **Mateo Kries, director of the Vitra Design Museum**, says: "In recent years, the discourse on design has shifted from questions about shape or trends to societal aspects. In these times of pressing challenges, it seems absurd to discuss pure aesthetics, when we see that design has to act on a political level and take responsibility. The pandemic has reinforced this trend, as it has focused our perspective on what really matters. Now that we are slowly emerging from the pandemic, we should keep these lessons in mind. Design has enormous potential to offer solutions to sustainable living and other societal challenges. That being said, I think there is also a great desire to get back to normal and enjoy things that are simply beautiful. A philosopher once said, "Beauty is the reflection of truth." I think this quote fits our times. Things that are not honest and not responsible cannot be beautiful. But we need beauty to survive and to rediscover the joys of life. So let us seek the truth, and we will find beauty." Beauty is to be discovered throughout the exhibition "Here we are!", dedicated to women designers from the early twentieth century, who have often been historically invisible. A fascinating journey.

At the beginning of the 20th century, women began to obtain political rights, they replaced men in the factories during the First World War: why didn't the world of design, at that time, give them a greater place, a greater light?

Nina Steinmüller: In "Here We Are!", we are looking at the contribution of women in design from about 1900 onwards. The practice of design as we know it today was formed around that time, but concurrently, women reached significant first milestones in their quest for equality. Voting rights were granted by many Western countries in the first two decades of the 1920s, and access to education became easier. But it was not a straight-forward journey for women, and this had repercussions that continued to be felt. When the concept of design was formed, there was still a very binary understanding of gender and of gender-based prejudices. Women were often seen in gendered design areas like weaving or ceramics – which were also less valued in a design industry that was heavily influenced by modernist doctrines and an obsession with technological advances. At times, women also chose these areas deliberately. Often, women were marginalized or their contributions were not properly recorded.



Charlotte Perriand, Untitled / Bibliothèque Tunisie, 1952 © Vitra Design Museum, photo : Jürgen Hans, © VG Bild-Kunst, Bonn 2021



Flora Steiger-Crawford, Chaise empilable
Lilly Reich, Chaise Weissenhof

l'avessero co-creata. Come siete riusciti a dimostrarlo attraverso questa mostra?

Abbiamo scelto alcuni esempi di designer che hanno lavorato insieme ai loro coniugi e in alcuni casi abbiamo scoperto che il loro contributo non è stato riconosciuto. Per esempio, Flora Steiger-Crawford (1899-1999). È stata la prima donna architetto a laurearsi al Politecnico Federale Svizzero (ETH) e ha fondato uno studio di architettura con suo marito, Rudolf Steiger. Nel 1932, disegnò una sedia impilabile per il ristorante Zett House di Zurigo. Brevettata da suo marito, la sedia fu un grande successo commerciale, ma nonostante i suoi dettagli tecnici innovativi, gli studi storici ne parlano raramente. Steiger-Crawford nota: "Invece del metallo tubolare usato da Stam e Mies, ho usato un solido metallo piatto, che era più pratico per rendere le sedie impilabili". Si è poi rivolta alla scultura, in parte a causa della mancanza di riconoscimento del suo lavoro di architetto. Altri designer, come Lilly Reich, aveva il suo studio e fu il primo membro femminile del consiglio del Deutsche Werkbund quando incontrò il suo partner Mies van der Rohe nel 1927. Lavorarono a stretto contatto negli anni successivi e la sua influenza sui mobili in acciaio tubolare che lui disegnò non dovrebbe essere sottovalutata. Per esempio, il daybed presentato in mostra è stato disegnato da lei, ma siccome Mies lo usava anche per arredare i suoi appartamenti, è stato (e a volte lo è ancora) attribuito a lei per molto tempo.



Illustration of the feminist Platform Futuress, 2021, © Maria Júlia Rêgo

Women designers have often been overshadowed by the man they worked with. Yet the work would have been different if they had not co-created it. How did you manage to demonstrate this through this exhibition?

We chose a few examples of designers that worked alongside their spouses and in some cases found their contributions have not been recognized. For example, Flora Steiger-Crawford. The first woman architect to graduate from the Swiss Federal Institute of Technology (ETH), Flora Steiger-Crawford (1899–1999) went on to establish an architectural firm with her husband, Rudolf Steiger. In 1932 she designed a stackable cantilever chair for the restaurant in Zurich's Zett House. Patented by her husband, the chair was a great commercial success, but despite its innovative technical details, historical studies rarely mention it.

Steiger-Crawford noted: "Instead of the tubular metal used by Stam and Mies, I used solid flat metal, which was more convenient for making the chairs stackable." She later turned to sculpture, partly because of lack of recognition for her work as an architect. Other designers, like Lilly Reich, already had significant careers once they met their future partner/collaborator. Lilly Reich had her own studio and was the first female board member of the Deutsche Werkbund when she met Mies van der Rohe in 1927. They collaborated closely during the following years and her impact on his tubular steel furniture designs cannot be underestimated; for example, the day bed that we show in the exhibition is her design, but since Mies also used it to furnish his apartments, it has long been attributed to him (and still is sometimes).



Charlotte Perriand, ca. 1929 © Archives Charlotte Perriand, Paris
photo: Norman Rice



Grete Jalk, No. 9-1 / GJ Chair, 1963 © Vitra Design Museum,
photo: Jürgen Hans

Quali sono queste qualità speciali delle donne nel design e nell'architettura?

La mostra dimostra che non c'è differenza tra i disegni delle donne e degli uomini, né in termini di innovazione tecnica né in termini di estetica. Tuttavia, la mostra ci insegna che nella storia del design, le donne sono state spesso costrette a lavorare nei settori che la società patriarcale assegnava loro, come la casa, l'interior design o i giocattoli per bambini.

Per esempio, al Bauhaus, che iniziò nel 1919 ed era noto per ammettere sia donne che uomini, ci fu presto una classe di donne, che si occupavano principalmente di tessitura e tessuti.

I critici contemporanei all'inizio del XX secolo sostenevano che le donne non potevano pensare in tre dimensioni ed erano quindi inadatte all'architettura.

Come tutti sappiamo, la storia ha dimostrato che si sbagliavano.



Design for a bracelet, Cartier Paris, 1950, Archives Cartier Paris © Cartier

What are women's particular qualities in the fields of design and architecture?

Linking ability or creativity to gender – and a binary understanding of gender at that – has long been a thing of the past. The exhibition shows that there is no difference between designs by women or men, neither in terms of technical innovation, nor of aesthetics. However, one thing we've learned from the exhibition is that in the history of design women often were forced to work within the fields the patriarchal society attributed to them like the house, interior decoration, or children's toys. Even if there were efforts – also by men – to integrate women into design practice, these stereotypes meant that women could only participate in design practice in a capacity that was dictated by their gender. For instance, at the Bauhaus, which started in 1919 and famously admitted women as well as men, there soon was a women's class, which dealt predominantly with weaving and textiles. Contemporary critics in the early 20th century claimed that women could not think in three dimensions and were therefore not suitable for architecture. As we all know, history has proven them wrong.

Come si spiega la notorietà di una donna come Jeanne Toussaint nel mondo molto patriarcale dell'alta gioielleria?

Jeanne Toussaint è stata una delle figure centrali nel mondo della moda e della gioielleria parigina, i cui disegni hanno avuto un grande impatto sul gusto contemporaneo.

Quando abbiamo iniziato a preparare la mostra, abbiamo voluto includerla. Louis Cartier riconobbe il suo talento e le diede l'opportunità di entrare in azienda; tuttavia, il suo interesse per la scultura e l'architettura, così come per gli stili decorativi dell'India, della Cina e dell'Egitto, influenzò molte creazioni nei decenni successivi. Nella mostra presentiamo alcuni pezzi del Département S che lei dirigeva negli anni '20 e che conteneva disegni per la vita quotidiana delle donne moderne come lei. Forse fu proprio il mix di capacità e gusto che le assicurò il successo. Ma la Toussaint dovette anche affermarsi e certamente assumere un tono più duro per prevalere sui suoi esperti colleghi maschi nel reparto vendite, nei laboratori e nel consiglio di amministrazione.

Qual è stato il suo contributo in questo campo?

Per più di cinquant'anni, il gusto esigente di Jeanne Toussaint (1887-1976) ha determinato lo stile delle creazioni Cartier. È entrata nella gioielleria intorno al 1920, inizialmente occupandosi dei reparti di pelletteria e accessori. Il suo ruolo aumentò con la creazione del Dipartimento S a metà degli anni '20, anche perché fu anche nominata nel circolo interno che discuteva e sviluppava nuovi progetti. L'influenza di Toussaint fu cruciale, in particolare quando assunse la direzione creativa nel 1933 dopo la partenza di Louis Cartier, con il quale aveva una lunga relazione sentimentale. Ogni gioiello realizzato da Cartier era il risultato di progetti collettivi, ma era Toussaint a decidere quali articoli realizzare. Ha portato influenze da diverse culture nella gioielleria moderna, influenze dal mondo meccanico, dalla flora e dalla fauna. Ha portato forme audaci, una nuova palette di colori (pastello) con oro giallo, ma anche forti contrasti come il rosso e il nero o il bianco e il nero. "La pantera" era il suo soprannome e l'esile felino cominciò presto ad apparire anche sui disegni di Cartier. La pantera divenne l'animale simbolo di Cartier, una novità assoluta nel mondo della gioielleria che rompeva con le immagini tradizionali della femminilità per sostituirle con un simbolo di potere e indipendenza.

How do you explain the notoriety of a woman like Jeanne Toussaint in the very patriarchal world of fine jewelry?

Jeanne Toussaint was one of the central figures of the Parisian fashion and jewelry world, whose creations had a major impact on contemporary taste. When we started preparing the exhibition, we wanted to include her. Louis Cartier recognized her talent and gave her the opportunity to join the company; however, her interest in sculpture and architecture as well as decorative styles of India, China of Egypt influenced many creations during the following decades. In the exhibition, we present some pieces of the Département S she headed in the 1920s and which contained designs for the daily life of modern women like herself. It might be the very mixture of capability and taste that assured her success. But Toussaint also had to assert herself and certainly take a tougher tone in order to prevail over her experienced male colleagues in the salesroom, in the workshops and on the board.

What was her contribution to this field?

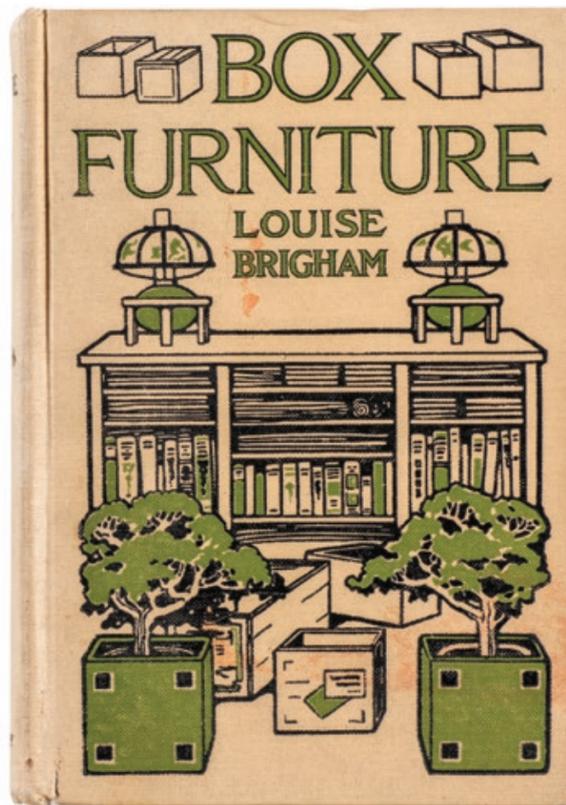
For more than fifty years, Jeanne Toussaint's (1887-1976) assured taste determined the style of Cartier creations. She joined the jewelry manufacturer about 1920, first looking after the leatherwares and accessories departments. Her role increased with the establishment of the Département S in the mid-1920s, not least because she was also appointed to the inner circle that discussed and developed new creations. Toussaint's influence was crucial, especially when she took over as creative director in 1933 after the departure of Louis Cartier, with whom she had long been romantically involved. Every piece of jewelry made by Cartier is the product of collective projects, but it was Toussaint who decided which items were to be manufactured. Toussaint introduced influences from different cultures in modern jewelry, influences from the mechanical world, from flora and fauna. She introduced bold forms, a new palette of (pastel) colors with yellow gold, but also strong contrasts like red and black or black and white. "The panther" was Toussaint's nickname, and the sleek feline soon began to appear on Cartier creations, too. The panther became Cartier's signature animal, an absolute novelty in the world of jewelry that broke with traditional images of femininity and replaced them with a symbol of power and independence.



Panthere bracciale, Cartier Paris, 1958, Collezione Cartier, © Cartier,
Foto: Nils Herrmann



Hands of Jeanne Toussaint, Cartier's Creative Director, 1937), bpk | Ministero della Cultura - Médiathèque du Patrimoine, Dist. RMN-Grand Palais | François Kollar



Louise Brigham, Box Furniture. How to Make a Hundred Useful Articles for the Home, 1919, Photo: Vitra Design Museum



Julia Lohmann in the Department of Seaweed Studio, Victoria and Albert Museum, London, 2013, photo: Petr Krejci



Patricia Urquiola, Shimmer, 2019 © Vitra Design Museum, photo: Andreas Sütterlin

Avete intenzione di far conoscere al pubblico donne designer che non conoscevano attraverso questa mostra? Se sì, quali evidenziereste?

Volevamo capire le ragioni strutturali che hanno portato all'invisibilità delle donne nella storia del design.

A rischio di dire un'ovvietà, un'ex posizione come questa può fornire solo una panoramica superficiale. Un esempio molto precoce è Louise Brigham (1875-1956), che progettò semplici mobili costruiti con casse di legno da imballaggio standard. Nel 1909 pubblicò un manuale pratico intitolato "Box Furniture". Ispirata da Josef Hoffmann, pioniere del design moderno a Vienna, creò mobili basati sui principi del design moderno, ma che potevano essere realizzati con materiali riciclati per circa la metà del salario settimanale di un operaio.

Lo ha fatto molto prima che Gerrit Rietveld negli anni '30 ed Enzo Mari negli anni '70 portassero il design al fai da te. Louise Brigham non era conosciuta come stilista, ma come riformatrice sociale. All'epoca, poche donne sarebbero state in grado di formarsi come architetti, che era il grado ottenuto dalla maggior parte dei designer di mobili moderni.

Is it your intention to introduce the public to women designers that they did not know through this exhibition? If so, which ones would you highlight?

We really wanted to know about the structural reasons that led to women's invisibility in design history. At the risk of stating the obvious, an exhibition like this can only ever provide a cursory overview.

One very early example we highlight is Louise Brigham, (1875-1956) who designed simple pieces of furniture built from standard wooden packing crates. In 1909, she published a how-to manual called "Box Furniture". Inspired by Josef Hoffmann, who is a well-known pioneer of modern design in Vienna, she created furniture designs based on modern design principles but they could be made from recycled materials for about half the weekly wage a labourer made.

The important thing: she did this long before Gerrit Rietveld in the 1930s and Enzo Mari in the 1970s brought design status to DIY. Louise Brigham was not known as a designer, but as a social reformer.

At the time, few women would have been able to access an education as an architect, which was the degree most of the early modern furniture designers obtained.



HERMÈS

**DOPPIO ANELLO
KELLY GAVROCHE**

-/ Double Kelly Gavroche ring



Parte della collezione di alta gioielleria Hermès, Kellymorphose, questo doppio anello, disegnato da Pierre Hardy, direttore creativo della gioielleria, è incastonato con 258 diamanti, cioè 3,19 carati in oro bianco. Pierre Hardy prosegue così il suo approccio creativo attraverso la metamorfosi della borsa iconica della Maison. I dettagli della chiusura di una borsa Kelly si trovano su questa creazione.

-/ From the Hermès high jewelry collection, Kellymorphose, this double ring designed by Pierre Hardy, Creative Director of Jewelry, is set with 258 diamonds, 3.19 carats on white gold. Pierre Hardy is thus continuing his creative approach through metamorphosis involving the House's iconic bag. This creation features the details of a Kelly bag clasp.

NICOLAS LE MOIGNE, TRA ARTIGIANATO E INDUSTRIA

-/ NICOLAS LE MOIGNE,
BETWEEN CRAFT AND INDUSTRY



Qual è la sua definizione di design?

Per me, è una disciplina che mi permette di creare non solo oggetti, ma un intero ambiente adatto a diversi tipi di situazioni e persone.

Quali sono le sue virtù?

Il design si adatta ai tempi, alle nuove esigenze, in particolare grazie alle innovazioni o alle nuove tecnologie.

I suoi limiti?

Viviamo in un mondo dove tutto esiste; tutto è già stato creato - in diverse forme e funzioni. Il compito del designer non è quello di inventare nuovi oggetti ma di ottimizzare e migliorare ciò che già esiste, tenendo conto dei nuovi contesti.

Come definirebbe il suo stile?

Cerco sempre di adattarmi alla situazione data. Il mio obiettivo non è quello di imporre uno stile, ma piuttosto di trovare soluzioni logiche e sostenibili ai "problemi" in continua evoluzione.

Incontro con Nicolas Le Moigne, responsabile del Master of Advanced Studies in Design for Luxury & Craftsmanship all'ECAL (Ecole cantonale d'art de Lausanne), fondatore del family office creativo LE MOIGNE LE MOIGNE e designer indipendente.

-/ Meeting with Nicolas Le Moigne, head of the Master of Advanced Studies in Design for Luxury & Craftsmanship at the ECAL (Lausanne Cantonal School of Art), founder of the creative family office LE MOIGNE LE MOIGNE and independent designer.

-/ What is your definition of design?

For me, design allows us to create not only objects, but a whole environment tailored to different types of situations and people.

What are its benefits?

Design evolves with the times, with new needs, thanks to innovations or new technologies.

Its limits?

We live in a world where everything exists; everything has already been created - in different forms and functions. The designer's mission is not to invent new objects but to optimize and improve what already exists, taking into account new contexts.

How would you define your style?

I always try to adapt to the given situation. My goal is not to impose a style, but rather to find logical and sustainable solutions to the ever-changing context.

What is your favorite artistic field?

The designer is more and more led to integrate various artistic media. Personally, I am very interested in the complementarity between physical objects and the digital world; this allows to create unique immersive experiences.

What are your sources of inspiration?

In this discipline, curiosity is a key factor; everything around me is a potential source of inspiration: travel, encounters, architecture, art... Each situation is part of a kind of database that could be exploited in the future... even years later!

Your cult designers?

My position at ECAL allows me to be in contact with all the designers who inspire me at the moment. Some for their ability to find a balance between simplicity and intelligence or their pragmatism. Others for their vision of a world where design can be playful, positive and surprising.

Your reference artistic movement(s)?

Art is an infinite source of inspiration but I think it is very different from the reality of the design process. I am very interested in the world of art, but with a very personal interpretation, which allows me to integrate certain elements in my projects, both aesthetically and conceptually.

Since subjectivity is a big part of design, how do you train your students? Every project we work on with my students is anything but subjective! There are so many parameters to consider. Every concept, shape, proportion or

Qual è il suo campo artistico preferito?

Il designer è sempre più chiamato ad integrare diversi media artistici. Da parte mia, sono molto interessato alla complementarità tra gli oggetti fisici e il mondo digitale; questo ci permette di creare esperienze immersive uniche.

Quali sono le sue fonti d'ispirazione?

In questa disciplina, la curiosità è un fattore chiave; tutto ciò che mi circonda è potenzialmente una fonte di ispirazione: viaggi, incontri, architettura, arte... Ogni situazione fa parte di una sorta di database che potrebbe essere sfruttato in futuro... anche dopo anni!

I suoi designer di culto?

La mia posizione all'ECAL mi permette di essere in contatto con tutti i designer che mi ispirano al momento. Alcuni per la loro capacità di trovare un equilibrio tra semplicità e intelligenza o il loro pragmatismo. Altri per la loro visione di un mondo in cui il design può essere giocoso, positivo e sorprendente.

Il/i suo/i movimento/i artistico/i di riferimento?

L'arte è una fonte infinita di ispirazione, ma secondo me è lontana dalla realtà del mondo del design. Sono molto interessato al mondo dell'arte, ma sempre con un'interpretazione molto personale, che mi permette di integrare certi elementi nei miei progetti, sia esteticamente che concettualmente.

Dato che la soggettività è una parte importante del design, come forma i suoi studenti?

Ogni progetto su cui lavoriamo con i miei studenti è tutt'altro che soggettivo! Ci sono così tanti parametri da considerare. Ogni concetto, forma, proporzione o anche piccolo dettaglio è parte di un tutto, che deve essere discusso, testato e approvato. Lavoriamo per marchi che hanno una storia, uno stile e un metodo di produzione e dobbiamo tenere conto dei consumatori degli oggetti che saranno venduti e utilizzati. C'è sempre un elemento soggettivo in quello che facciamo - ci saranno tante proposte diverse quanti sono i designer che lavorano sullo stesso brief - ma alla fine della giornata, ogni decisione, funzionale o estetica, deve essere spiegata e razionalizzata.

I suoi campi di gioco sono numerosi e diversificati, dall'alta orologeria alla tavola, dalla gastronomia alla bellezza e al lifestyle, quale campo vorrebbe esplorare ora?

Personalmente sono molto interessato e concentrato sul mondo della moda, il cui approccio è molto diverso da quello del design e dell'oggetto. Senza parlare di tendenze da seguire, c'è una spontaneità e un'immediatezza che mi permette di proporre ai miei studenti di lavorare su situazioni ancorate alla realtà del momento e di reagire su temi legati all'attualità.

Cosa porta il design al lusso?

Il design permette al mondo del lusso di nutrirsi di creatività, innovazione e tecnologia. La vocazione del designer è quella di "sfidare" l'artigiano, che è il garante dell'eccellenza e dei valori delle diverse marche che si evolvono nel mondo del lusso.

Cosa porta il lusso al design?

Il lusso è un universo potenzialmente illimitato, sostenuto da appassionati o collezionisti che aderiscono ad una storia, a dei valori o ad uno stile. Questa fedeltà permette alle Case di investire in innovazione e creatività.



Installazione per la marca di champagne Perrier-Jouët

© Younés Klouche

even small detail is part of a whole, which must be discussed, tested and approved. We work for brands that have a history, a style and a production method and we have to take into account the consumers of the objects that will be sold and used. There is always a subjective element in what we do - there will be as many different proposals as there are designers working on the same brief - but at the end of the day, every decision, functional or aesthetic, must be explained and rationalized.

Your playgrounds are numerous and diversified, from fine watchmaking to tableware, from gastronomy to beauty and lifestyle, which field would you like to explore now?

I am personally very interested and focused on the world of fashion, whose approach is very different from that of design and objects. Without talking about trends to pursue, there is a spontaneity and immediacy that allows for my students to work on situations anchored in the current reality and to react on themes related to current events.

What does design bring to luxury?

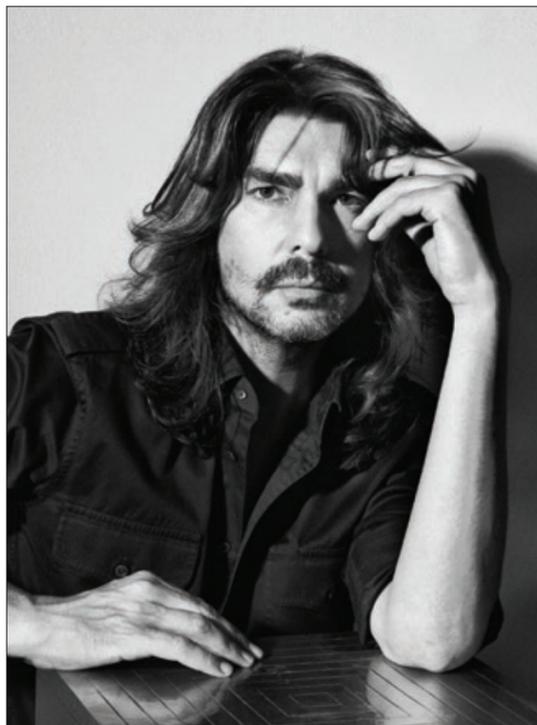
Design allows to feed the world of luxury, thanks to creativity, innovation or technology. The designer's vocation is to «challenge» the craftsman, who is the guarantor of the excellence and values of the different brands evolving in the luxury world.

What does luxury bring to design?

Luxury is a potentially limitless universe, supported by enthusiasts or collectors who adhere to a history, values or style. This loyalty allows companies to invest in innovation and creativity.

STÉPHANE ROLLAND L'IDEALE ESTETICO

-/ THE AESTHETIC IDEAL



Qual è il suo ideale estetico?

La forza della purezza, punteggiata da dettagli preziosi ed un profumo d'Oriente...

Cosa esprime attraverso le sue creazioni?

Ogni collezione è una vera e propria terapia dove rivelo i miei stati d'animo senza vergogna. La base è sempre la stessa: un cerchio in un quadrato, l'equilibrio perfetto.

Il quadrato rappresenta la struttura e la forza. Il tondo rappresenta la pienezza, l'infinito e la femminilità. Questa è la base dei miei pensieri e del mio lavoro.

Lei osa creare disegni totalmente innovativi e audaci che l'hanno portata al successo. Pensa che la creatività estrema sia il futuro dell'alta moda e del lusso in generale?

L'estremo mi dà fastidio. È tutta una questione di dosaggio e di sottigliezza. Si può colpire senza scioccare e questa è la difficoltà. Ecco perché ogni mia collezione rimane senza tempo. Anche questo è vero lusso!

Ogni stagione chiamo nuovi artigiani che fanno il lusso di oggi e di domani. È così eccitante poter creare nuove storie con loro! È anche nelle loro mani che verrà creata l'alta moda di domani.

Fin da giovane, la sua anima creativa si rivela, con una passione per il cinema, la moda e il teatro. Nel 2007, Stéphane Rolland apre la propria casa di moda, proponendo la sua visione di un nuovo concetto di lusso più dinamico ed esclusivo. Ogni collezione dà vita al materiale con dinamismo e purezza. Egli rappresenta un nuovo moderno ideale estetico moderno, silhouette complesse ma sempre immacolate, sistematicamente grafiche e scultoree. Intervista esclusiva per questo numero dedicato all'ultra creatività.

-/ At a very young age, his creative soul is revealed, with a passion for cinema, fashion and theatre. In 2007, Stéphane Rolland opened his own fashion house with his vision of a new, more dynamic and exclusive concept of luxury. Each collection gives life to the material with dynamism and purity. He represents a new modern aesthetic ideal, complex but always immaculate silhouettes, systematically graphic and sculptural. Exclusive interview for this issue dedicated to ultra creativity.

Cosa ha affinato il suo senso di creatività e l'ha portata alla moda?

Conosce il trucco della culla? Con le tre fate appoggiate sopra... Beh, è quello che è successo a me. La fata della creatività si è avvicinata un po' troppo a me. Infatti, sono cresciuto circondato da artisti, pittori, scultori, fotografi... Questo mi ha inevitabilmente influenzato. Anche il gusto per i vestiti è arrivato molto presto: ho fatto il mio primo schizzo di moda all'età di 4 anni.

Come definirebbe il DNA della sua Maison?

Sobrietà, autenticità, forza. La cosa più importante per me è un senso di equilibrio; creare movimento con il materiale e dare vita ad ogni abito. Inconsciamente, ho sempre disegnato per una donna di carattere, indipendente, colta, audace e soprattutto libera.

Quali sono le sue principali fonti di ispirazione?

Sono una vera spugna, come molti artisti.

Uno dei miei più grandi shock visivi fu un quadro di René Gruau: una donna che languisce in nero su uno sfondo rosso. Più tardi, sono entrato nel mondo di Cristobal Balenciaga ed è stata una rivelazione. Tutto era così intelligente, così semplice e così forte! A parte questo, naturalmente, il cinema, sempre, la musica di nuovo e l'opera più che mai! Le produzioni di Carsen e Bob Wilson sono miniere d'oro in termini di ispirazione.



-/ What sharpened your sense of creativity and led you to fashion?

You know the cradle thing? With the three fairies leaning over it... Well, that's what happened to me. The creativity fairy got a little too close to me. Actually, I grew up around painters, sculptors, photographers... It obviously influenced me. The taste for clothes also came very early: I made my first fashion sketch at the age of 4.

How would you define your brand's DNA?

Sobriety, authenticity, strength. The most important thing for me is a sense of balance; creating movement with the material and bringing each dress to life. Unconsciously, I have always created for a woman of character, independent, cultured, daring and most importantly, free.

What are your main sources of inspiration?

I am a real sponge, like many artists. One of my greatest visual shocks was a painting by René Gruau: a languid woman in black on a red background. Later on, I entered the world of Cristobal Balenciaga and it was a revelation. Everything was so clever, so simple and of such strength! Besides that, of course, cinema, always, music too and opera more than ever! Carsen's and Bob Wilson's stagings are gold mines of inspiration.

What is your aesthetic ideal?

The strength of purity interspersed with precious details and a perfume of the Orient...

What do you express through your creations?

Each collection is a real therapy where I disclose my moods without constraint. The base always remains the same: a round in a square, the perfect balance. The square represents structure and strength. The round, fullness, infinity and femininity. This is the basis of my thinking and my work.

You dare to create totally innovative and daring designs that have made you successful. Do you think that extreme creativity is the future of haute couture and luxury in general?

Extreme creativity bothers me. It's all about dosage and subtlety. You can be striking without being shocking and that's the challenge. It is with this logic in mind that each of my collections remains timeless. That's also what true luxury is all about! Each season I call on new artisans who make tomorrow's and today's luxury. It's so exciting to be able to create new stories with them! It is also between their hands that the future of haute couture will unfold.



EXTRAVAGANZA!

Ma prima di tutto, cos'è l'alta moda? Ai grandi eventi del tappeto rosso, sentiamo sempre parlare di abiti "haute couture". Tuttavia, questa denominazione controllata, questa eccezione culturale francese protetta dalla legge, riguarda solo 15 grandi couturier. Il resto è "solo" couture o ready-to-wear. La differenza? È sbalorditivo.

Le poche centinaia di donne al mondo che hanno il privilegio di farsi prendere le misure nei atelier parigini, la chiamano "La Haute".

L'uomo dietro l'haute couture è paradossalmente un inglese: Charles Frederick Worth. Ha aperto il suo negozio al 7 di rue de la Paix a Parigi nel 1858. Dieci anni dopo, fondò la Chambre syndicale de la confection et la couture pour dames et fillettes (oggi nota come Chambre syndicale de la couture, parte della Fédération de la haute couture et de la mode). Era destinato a proteggere le creazioni dei sarti. Fu solo con un decreto del 23 gennaio 1945 che venne istituita una vera e propria etichetta di haute couture, cioè una denominazione legalmente controllata.

Per guadagnarselo, i grandi couturier devono ancora soddisfare criteri molto precisi: devono creare abiti su misura fatti a mano nei laboratori della Maison. L'azienda deve avere un laboratorio "flou" (che lavora su tessuti e silhouette fluide) e un laboratorio "tailleur" (per pantaloni, abiti e cappotti.) Il personale deve essere di 20 persone. Ci possono essere eccezioni, tuttavia, quando un grande couturier si rivolge ad artigiani indipendenti, come piumisti, parurieri, cappellai o ricamatori. Infine, ogni Casa deve presentare due collezioni di almeno 25 modelli all'anno, a Parigi, a gennaio e luglio.

La scelta degli artisti eleggibili per questa preziosa etichetta è fatta da una commissione dedicata, che opera sotto l'egida della Chambre syndicale de la couture e del Ministero dell'Industria. Solo 15 case possiedono questa preziosa etichetta. In ordine alfabetico, sono Adeline André, Alexandre Vauthier, Alexis Mabille, Atelier Gustavolins, Chanel, Dior, Frank Sorbier, Giambattista Valli, Givenchy, Jean-Paul Gaultier, Julien Fournié, Maison Margiela, Maison Rabih Keyrouz, Maurizio Galante, Schiaparelli e Stéphane Rolland.

Un certo numero di stilisti sono invitati a sfilare durante la settimana della moda, senza indossare l'etichetta di haute couture, da qui il mix di generi. È un'opportunità per questi talenti di mostrare la loro competenza e quella dei loro laboratori.

Durante la settimana dell'Haute Couture tenutasi a luglio, alcuni pezzi dalle forme vertiginose, stravaganti o semplicemente belle hanno catturato la nostra attenzione.

Alla settimana della Haute Couture, tenutasi a Parigi nel luglio 2021, alcuni pezzi spettacolari hanno dimostrato che nonostante la crisi sanitaria, la creatività, la stravaganza e la magnificenza hanno ancora un posto in un mondo in subbuglio.

At Paris Haute Couture Week, held in July 2021, some spectacular pieces proved that despite the health crisis, creativity, extravagance and magnificence still have a place in a troubled world.

-/ But first of all, what is haute couture? During the great events with a red carpet, we hear about «haute couture» outfits in all sorts of ways. However, this controlled appellation, this French cultural exception protected by law, only applies to 15 great de-signers. The rest is «merely» couture or ready-to-wear. The difference? It is enormous.

The insiders, those few hundred women in the world who have the privilege to have their measurements taken in the Parisian workshops, call it «La Haute».

Paradoxically, the man behind haute couture is an Englishman: Charles Frederick Worth. He had opened his store at 7 rue de la Paix, in Paris in 1858. Ten years later, he founded the Chambre syndicale de la confection et la couture pour dames et fillettes (today known as the Chambre syndicale de la couture, affiliated with the Federation of Haute Couture and Fashion). It was intended to protect the creations of de-signers. However, it was not until a decree dated January 23, 1945 that a true haute couture label was instituted, i.e. a legally controlled appellation.

To deserve it, the great couturiers must still today meet very specific criteria: create hand-made clothes in the workshops of the House. The company must have a «flou» workshop (working on materials and fluid silhouettes) and a «tailleur» workshop (for pants, suits and coats). The staff must comprise 20 people. However, there may be exceptions when a great couturier calls upon independent craftsmen, such as feather artists, trimmers, hat makers or embroiderers. Finally, each House must present two collections of at least 25 models per year, in Paris, in January and July.

The choice of artists eligible for this precious label is made by a dedicated commission, which operates under the aegis of the Chambre syndicale de la couture and the Ministry of Industry.

Only 15 brands carry this precious label. In alphabetical order, they are Adeline André, Alexandre Vauthier, Alexis Mabille, Atelier Gustavolins, Chanel, Dior, Frank Sorbier, Giambattista Valli, Givenchy, Jean-Paul Gaultier, Julien Fournié, Maison Margiela, Maison Rabih Keyrouz, Maurizio Galante, Schiaparelli and Stéphane Rolland.

A number of designers are invited to parade during the fashion week, without wearing the haute couture label, hence the mix of genres. This is an opportunity for these talents to showcase their know-how as well as that of their workshops.

During the Haute Couture Week held last July, some pieces with dizzying shapes, extravagant, or simply beautiful as works of art, have caught our attention.



CHRISTIAN DIOR

Christian Dior avrebbe voluto essere un architetto, è diventato uno stilista di moda. Nella vena della fondatrice, Maria Grazia Chiuri ha firmato una collezione di haute couture dove forma e struttura sono inseparabili dalla materia. Un'opera di Eva Jospin, un paesaggio panoramico interamente ricamato a mano, fissa la scena. La collezione si concentra sul lavoro del gesto, con materiali tattili come il tweed tessuto a mano, le piume e i ricami. Ma uno dei mestieri più sfruttati è quello del plissettatore.

Tutta la parte "flou" della collezione mette in evidenza questa arte del volume, ed esplora i diversi tipi di pieghe: pieghe distese, Watteau, sole o Fortuny. Il look 74 in particolare, un abito asimmetrico nei toni della terra, sembra una scultura. La piega è un'arte che gioca tra il nulla e il pieno, il vuoto e la materia.

-/ Christian Dior wanted to be an architect, he became a fashion designer. In the vein of the founder, Maria Grazia Chiuri signs a haute couture collection where shape and structure are inseparable from the material. A work by Eva Jospin, a panoramic landscape entirely embroidered by hand, sets the scene. The collection focuses on the work of the gesture, with tactile materials, such as hand-woven tweed, the work of the feather-maker and embroiderer. But one of the most exploited crafts is that of the pleater.

The whole «flou» part of the collection highlights this art of volume, and explores the different kinds of pleats: lying pleats, Watteau, sun or Fortuny. Look 74 in particular, an asymmetrical dress in earth tones, looks like a sculpture. The pleat is an art that plays between the blank and the filled, the void and the material.



SCHIAPARELLI

Dagli abiti agli accessori, dai corsetti metallici ai gioielli XXL, ai cappelli e alle scarpe di Stephen Jones, l'intera collezione disegnata da Daniel Roseberry per Schiaparelli potrebbe essere paragonata ad una mostra di oggetti d'arte.

«Cosa succederebbe se combinassi un po' di Manet, un po' di Lacroix, un po' di anni '80, un po' di anni '80, un po' di matador, un po' di alieno, un po' di Ingres, un po' di brillantezza, molto colore? Potrei farlo?

E se sì, come sarebbe?» ha chiesto Daniel Roseberry.

Sarebbe esattamente come la sua collezione autunno-inverno 2021-2022...

-/ From dresses to accessories, metallic corsets to XXL jewelry, Stephen Jones hats, and shoes, the entire collection designed by Daniel Roseberry for Schiaparelli could be compared to an exhibition of art objects.

«What would happen if you combined a little Manet, a little Lacroix, a little 1980s, a little 1880s, a little matador, a little alien, a little Ingres, a little brilliance, a lot of color? Could I do it?

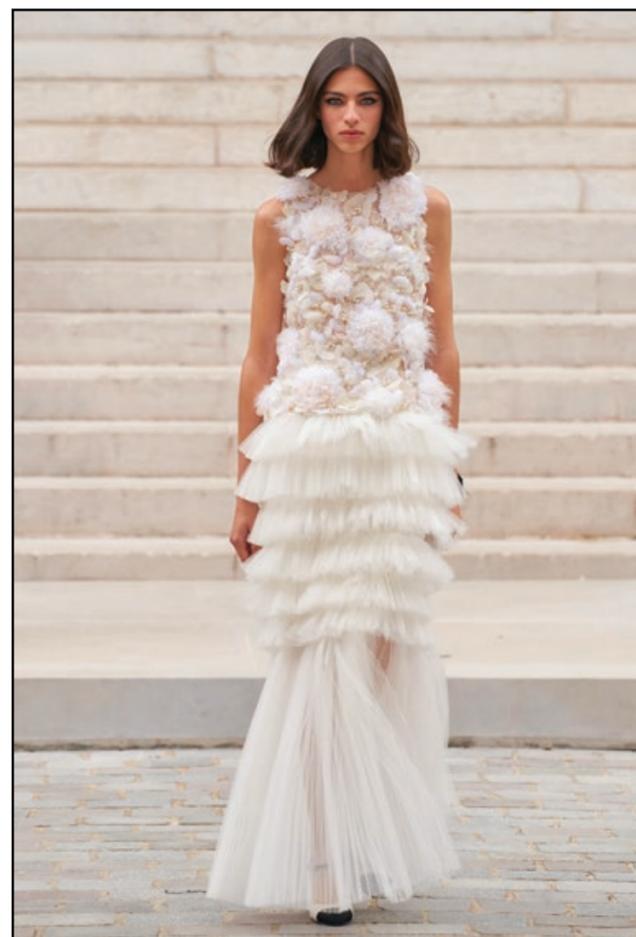
And if so, what would it look like?» wondered Daniel Roseberry. It would look exactly like his fall-winter 2021-2022 collection...



GIAMBATTISTA VALLI

I tessuti utilizzati nella haute couture sono speciali e preziosi: gazar, organza, seta e tulle, uno dei materiali preferiti da Giambattista Valli. Il tulle gli permette di costruire pezzi architettonici e teatrali. Quanto al look 36, un abito da sera drappeggiato in chiffon "Rouge Laque", "bouquet di tulle", con spalle oversize, dimostra l'arte del drappeggio. Con questa collezione, il grande stilista ha infuso un tocco di drammaticità all'alta moda.

-/ The fabrics of haute couture are special and precious: we're talking about gazar, or-ganza, silk, tulle too, one of Giambattista Valli's favorite materials. The tulle allows him to build architectural and theatrical pieces. As for look 36, a draped evening dress in chiffon «Rouge Laque», «bouquets of tulle», with oversized shoulders, it demonstrates the art of draping. With this collection, the great designer has instilled a touch of drama in haute couture.



CHANEL

Virginie Viard si è ispirata ad alcune foto d'archivio per creare questa collezione degli anni '20 e '30, in particolare quelle che mostrano Gabrielle Chanel che indossa un corsetto ed una crinolina per partecipare ad un ballo in costume. Un'architettura di abiti rigidi da cui la couturier si era completamente liberata per creare il suo marchio, liberando il corpo dalle sue pastoie sartoriali. Questa collezione è anche un omaggio alle donne artiste dell'inizio del XX secolo, Berthe Morisot o Marie Laurencin, il cui tocco delicato si ritrova nei motivi dei tessuti preziosi e delle piume. Anche i bottoni del mosaico, che riproducono le tavolozze degli artisti. Per creare questa collezione quasi impressionista, Virginie Viard, la direttrice della Maison, ha chiamato i migliori laboratori d'arte: le ricamatrici Lesage, Montex, Cécile Henry e l'Atelier Emmanuelle Vernoux, il piumificio Lemarié, specializzato in piume ed ornamenti floreali in tessuto, e il cappellaio Maison Michel. Una collezione che canta una leggerezza (quasi) ritrovata.

-/ Virginie Viard was inspired by some archive photos to create this collection from the 20s and 30s, notably those showing Gabrielle Chanel wearing a corset and crinoline to attend a costume ball. An architecture of rigid clothing from which the designer had completely freed herself to create her own brand, freeing the body from its sartorial fetters. This collection is also a tribute to women artists of the early twentieth century, Berthe Morisot or Marie Laurencin, whose delicate touch can be found in the patterns of precious fabrics and feathers. Up to the mosaic buttons, which take up the artists' palettes. To create this almost impressionistic collection, Virginie Viard, the House's director, called on the best art workshops: the embroiderers Lesage, Montex, Cécile Henry or Atelier Emmanuelle Vernoux, the feather-maker Lemarié specialized in the craft of feathers and floral fabric ornaments, and the hatmaker Maison Michel. A collection that celebrates (almost) newfound lightness.



IRIS VAN HERPEN

Per creare questa collezione aerea, Iris Van Herpen ha collaborato con Domitille Kiger, la campionessa mondiale di paracadutismo, che ha effettivamente indossato i suoi abiti di alta moda mentre si librava nel vuoto. La collezione, come sempre, è un mix di forme stampate in 3D e abiti disegnati secondo le regole della couture.

-/ To create this aerial collection, Iris Van Herpen collaborated with Domitille Kiger, the world champion skydiver, who actually wore her haute couture outfits while soaring through the void. The collection, as always, is a mix of 3D printed shapes (look #2) and dresses designed in the art of couture. The last dress (look 18), which transforms the wearer into a winged character, is insanely poetic. sun or Fortuny. Look 74 in particular, an asymmetrical dress in earth tones, looks like a sculpture.



VALENTINO

Il direttore artistico Pierpaolo Piccioli ha disegnato la sua collezione couture come un pittore contemporaneo creerebbe una serie, con sontuosi look monocromatici e altri con stampe più figurative, facendo eco alle opere degli artisti. Alcuni sembrano essere stati dipinti a mano direttamente sul raso, come le linee sottili del look 46 dell'artista Benni Bosetto, anche se si tratta di un paziente processo di ricamo che ha richiesto oltre 880 ore per essere completato. Queste commoventi opere d'arte adornano sia uomini che donne. Una menzione speciale per il look n. 1, una giacca a palline color madder indossata su una micro gonna, con un cappello di piume oversize che cade come i filamenti di una poetica medusa sulle spalle della modella.

-/ Artistic director Pierpaolo Piccioli designed his couture collection like a contemporary painter would create a series, with sumptuous monochrome looks and others with more figurative prints, echoing the works of artists. Some look as if they were hand-painted directly onto the satin, like the fine lines of look 46 by artist Benni Bo-setto, whereas this is a patient embroidery job that took over 880 hours to complete. These moving works of art adorn both men and women. A special mention for look No. 1, a madder-colored puffer jacket worn over a micro skirt, with an oversized feathered cape that falls like the filaments of a poetic jellyfish over the model's shoulders.

L'UNIONE FA LA FORZA

-/ STRONGER TOGETHER

L'iper-creatività richiede che le case uniscano le loro forze e le loro competenze attraverso collaborazioni. Collaborazioni tra case o con artisti, per progetti sempre più folli, pezzi sempre più eccezionali

-/ Hyper-creativity calls for the houses to join forces and their know-how through collaborations. « Collabs” between houses or with artists, for ever crazier projects, ever more exceptional pieces.



FENDI X SKIMS

Sotto la direzione di Kim Jones e Kim Kardashian West, FENDI e Skims lanciano una collezione che riunisce i codici estetici dei rispettivi marchi per creare un guardaroba capsula per la donna moderna.

“L'idea di questa collaborazione è nata quando io e il mio team eravamo seduti intorno ad un tavolo nello studio di Roma. Improvvisamente tutte le donne si sono ammutolite e hanno iniziato a guardare i loro telefoni. Non sapevo cosa stesse succedendo, ma stavano aspettando il lancio della nuova collezione Skims. È stato allora che ho pensato: facciamo qualcosa insieme”, dice Kim Jones.

Attingendo agli schizzi di una storica collezione FENDI presentata per la prima volta da Karl Lagerfeld nel 1979, che poneva l'accento su top a tubo attorcigliati, colori pop e cinture skinny, FENDI X SKIMS trasporta l'estetica bodycon Skims sia nel passato che nel presente dell'universo FENDI. Il messaggio di Skims, di celebrare tutte le donne, è direttamente rispecchiato in quello di FENDI. Qui, le due forze si uniscono.

-/ Under the direction of Kim Jones and Kim Kardashian West, FENDI and Skims debut a collection which unites the aesthetic codes of the respective brands to create a capsule wardrobe for the modern woman. “The idea for the collaboration came about when my team and I were sitting around a table at the studio in Rome. Suddenly all the women went silent and started looking at their phones. I didn't know what was going on, but they were waiting for the launch of the new Skims collection. It was then that I thought: let's do something together”, Explains Kim Jones.

Drawing upon sketches from an archival FENDI collection first presented by Karl Lagerfeld in 1979, which placed a focal point on twisted tube tops, pop colors and tight sashes, FENDI X SKIMS transports the bodycon Skims aesthetic into both the past and present of the FENDI universe. The Skims message, of celebrating all women, is directly mirrored within that of FENDI. Here, their two forces unite.

TIFFANY & CO. X DANIEL ARSHAM

Combinando i loro ideali condivisi tra l'innovazione, l'artigianato e le loro creatività ribelle, Tiffany e Arsham hanno creato una serie esclusiva di 49 sculture in bronzo eroso che reinventano la Blue Box attraverso la lente estetica singolare di Daniel Arsham. Queste creazioni sono caratterizzate da una patina unica, fatta a mano, un cenno al colore caratteristico di Tiffany ed ai toni dello studio di Arsham.

“Sono sempre attratto dagli oggetti che sono identificabili a prima vista. La Tiffany Blue Box® ha questo potere”, spiega Daniel Arsham. “Ho voluto presentarlo in un modo diverso dall'intenzione originale, dandogli un'immagine tormentata e invecchiata che rappresenta la sua storia, quanto fa parte del nostro mondo oggi e quanto continuerà ad essere rilevante per i decenni o addirittura i secoli a venire”

-/ Combining their shared ideals of innovation, craftsmanship and rebellious creativity, Tiffany and Arsham have created an exclusive series of 49 eroded bronze sculptures that reinvent the Blue Box through the singular aesthetic lens of Daniel Arsham. These creations feature a unique, hand-crafted patina, a nod to Tiffany's iconic color and Arsham's studio tones. «I am always drawn to objects that are identifiable at first glance. Tiffany Blue Box® has that power,» says Daniel Arsham. «I wanted to present it in a way that is representative of its history, how much it is part of our world today and how relevant it will continue to be for decades or even centuries to come.»



LOUIS VUITTON ARTYCAPUCINES COLLEZIONE

Per la collezione Artycapucines 2021, sei nuovi artisti contemporanei di fama internazionale offrono la loro visione unica dell'icona femminile senza tempo di Louis Vuitton: la borsa Capucines. Terza edizione limitata della collezione Artycapucines di Louis Vuitton, la borsa Capucines viene reinventata ancora una volta e mette in mostra la creatività sfrenata degli artisti. Per questa nuova serie, Gregor Hildebrandt, Donna Huanca, Huang Yuxing, Vik Muniz, Paola Pivi e Zeng Fanzhi metamorfizzano la borsa che prende il nome dalla rue Neuve-des-Capucines, primo indirizzo parigino di Louis Vuitton nel 1854.

-/ The 2021 Artycapucines Collection sees six more leading contemporary artists bring their unique visions to Louis Vuitton's timeless and feminine classic: the Capucines bag. The third chapter of Louis Vuitton's limited-edition, artist-designed Artycapucines Collection is further proof of the bag's ability to inspire unbridled creativity. For this latest collection, six internationally acclaimed artists – Gregor Hildebrandt, Donna Huanca, Huang Yuxing, Vik Muniz, Paola Pivi, and Zeng Fanzhi – have transformed the blank canvas of the iconic bag named after Rue Neuve-des-Capucines, the Parisian street on which Louis Vuitton opened his first store in 1854.



VERSACE X FENDI

"Il doppio spettacolo", chiamato "The Swap" è stato un vero e proprio scambio. Donatella Versace ha consegnato la sua visione dei codici Fendi, "Fendi by Versace", mentre Kim Jones - direttore artistico delle collezioni femminili di Fendi - e Silvia Venturini Fendi, hanno creato la loro interpretazione di Versace "Versace by Fendi". La collezione "Fendace" sarà nei negozi nel maggio 2022.

-/ «The double runway show,» named «The Swap» was a real exchange. Donatella Versace delivered her vision of the Fendi codes, «Fendi by Versace». Conversely, Kim Jones - artistic director of Fendi women's collections - and Silvia Venturini Fendi, have created their interpretation of Versace «Versace by Fendi» together. The «Fendace» collection will be in stores in May 2022.



GUCCI X BALENCIAGA

Mentre entrambe le etichette sono abituate a collaborare con altri marchi o artisti più accessibili, non era mai successo prima che due mostri del lusso unissero le forze in questo modo. Né una collaborazione né una capsule collection, ma un omaggio di Alessandro Michele, direttore artistico di Gucci, a Demna Gvasalia, direttore artistico di Balenciaga.

-/ If these two brands are used to working with other more accessible brands or artists, it has never happened that two monsters of luxury join forces in this way. Neither a collaboration nor a capsule collection, but a tribute paid by Alessandro Michele, artistic director of Gucci, to Demna Gvasalia, artistic director of Balenciaga.

HUBLOT X BERLUTI

Una nuova edizione limitata di 100 pezzi: le due case esplorano le sfumature di grigio in un esercizio creativo unico. Annunciata nel 2016, la partnership tra la famosa casa di moda maschile e il marchio di orologi più dirompente svela una nuova interpretazione del Big Bang Unico. Insieme hanno fuso moda e orologeria, pelle e titanio, sostanza e forma. Il nuovo Big Bang Unico Berluti Aluminio capitalizza questa esperienza condivisa per offrire un modello sobrio, elegante, monocromatico e senza tempo. È un Big Bang per il collezionista estetico.

-/ A new limited edition run of 100 pieces: the two houses explore shades of grey in a unique creative exercise. Announced in 2016, the partnership between the famous men's fashion house and the most disruptive of the watchmaking brands has unveiled a new interpretation of the Big Bang Unico. Together, they have fused fashion and watchmaking, leather and titanium, form and substance. The new Big Bang Unico Berluti Aluminio leverages this shared know-how and provides an understated, elegant, monochrome and timeless piece. It is a Big Bang for true collectors and connoisseurs.



ACQUA DI PARMA X EMILIO PUCCI

In questo anno speciale, Acqua di Parma ed Emilio Pucci hanno voluto illuminare le festività dell'inverno 2021/22 con una nuova collezione che celebra la vita, l'amore e la gioia. La collaborazione tra le due aziende esprime la perfetta armonia tra lo stile gioioso di Emilio Pucci e la brillantezza di Acqua di Parma. La stampa Vortici, ispirata ad un tema d'archivio di Emilio Pucci, è presentata in giallo Parma per le feste e reinterpretata in un'armoniosa esplosione di luce e colore.

Unite dai valori comuni del lavoro tradizionale e della passione per la bellezza, le due Case italiane hanno anche unito le forze per sostenere la campagna "Riscriviamo il futuro" avviata dall'organizzazione internazionale "Save the Children". Questa organizzazione lavora da 100 anni per salvare i bambini in pericolo e garantire il loro futuro, in un contesto di condizioni sociali difficili e di mancanza di strutture educative.

-/ In a year of great resilience, Acqua di Parma and Emilio Pucci wish to brighten up the Holiday Season Winter 2021/22 with a new collection that celebrates life, love and joy. The collaboration between the two companies expresses the perfect harmony between the joyful style of Emilio Pucci and the radiance of Acqua di Parma. The Vortici print, inspired by an Emilio Pucci archive theme, is presented in Parma yellow for the Holiday Season, and reinterpreted in a harmonious movement of light and colour.

United by the common values of traditional workmanship and a passion for beauty, the two Italian Maisons also came together to support the "Rewrite the Future campaign" initiated by the international organization "Save the Children". They have been working for 100 years to save children at risk and guarantee their future, against a background of challenging social conditions and a lack of educational facilities.

DIOR LADY ART

Simbolo e leggenda, Lady Dior ha avuto un destino straordinario.

Stagione dopo stagione, diventa più che mai un oggetto d'arte e di desiderio, rivisitato da artisti di tutto il mondo. Attraverso le deviazioni più audaci, la Lady Dior si trasforma così in un'opera d'arte unica, fondendo patrimonio e visioni creative. Per la sesta edizione del progetto Dior lady art, Manal Aldowayan, Gisela Colón, Johan Creten, Genieve Figgis, Gigisue, Antonin Hako, Zhang Huan, Leonhard Hurlzmeier, Yukimasa Ida, Daisuke Ohba, Li Songsong e Lina Iris Viktor giocano al gioco della reinterpretazione e metamorfizzano la borsa iconica. Questa carta bianca ispiratrice mette in mostra tecniche virtuose ed artigianato, guidato da uno spirito di innovazione ed inventiva senza limiti. Ogni dettaglio, pensato con infinita meticolosità da queste dodici personalità, è un'ode all'unicità. Come tocco finale, questi pezzi sono adornati con delicati charms.



Gigisue



Antonin Hako

-/ A symbol and a legend, the Lady Dior has enjoyed an extraordinary destiny. Season after season, becoming, more than ever, an object of art and desire, revisited by artists from around the world. The Lady Dior is thus transformed into a unique work of art, merging heritage and creative visions through the most audacious interpretations. For the sixth edition of the Dior lady art project, Manal Aldowayan, Gisela Colón, Johan Creten, Genieve Figgis, Gigisue, Antonin Hako, Zhang Huan, Leonhard Hurlzmeier, Yukimasa Ida, Daisuke Ohba, Li Songsong et Lina Iris Viktor, take turns reinterpreting and transforming the iconic bag. This inspiring carte blanche showcases virtuoso techniques and craftsmanship, driven by a spirit of innovation and limitless inventiveness. Each detail, thought out with infinite meticulousness by these twelve personalities, is an ode to uniqueness. As a final touch, these pieces are adorned with delicate reworked «Dior» charms.

CLINIQUE
LA PRAIRIE
SWITZERLAND



UNLOCK THE SECRET OF LIVING

The secret of how to live a longer, healthier and fuller life is a mystery to many. But not to us. Our exclusive clientele comes to Clinique La Prairie to experience a pioneering fusion of science and holistic wellness, combined with luxury Swiss hospitality. Discover our Wellness, Longevity and Medical Programs and step into a different future.

We are the custodians of the secret of living.

cliniquelaprairie.com



Clinique La Prairie - Rue du Lac 142 | 1815 Clarens-Montreux | Switzerland | +41 21 989 34 81 | info@laprairie.ch

COTE MAGAZINE ESCAPE

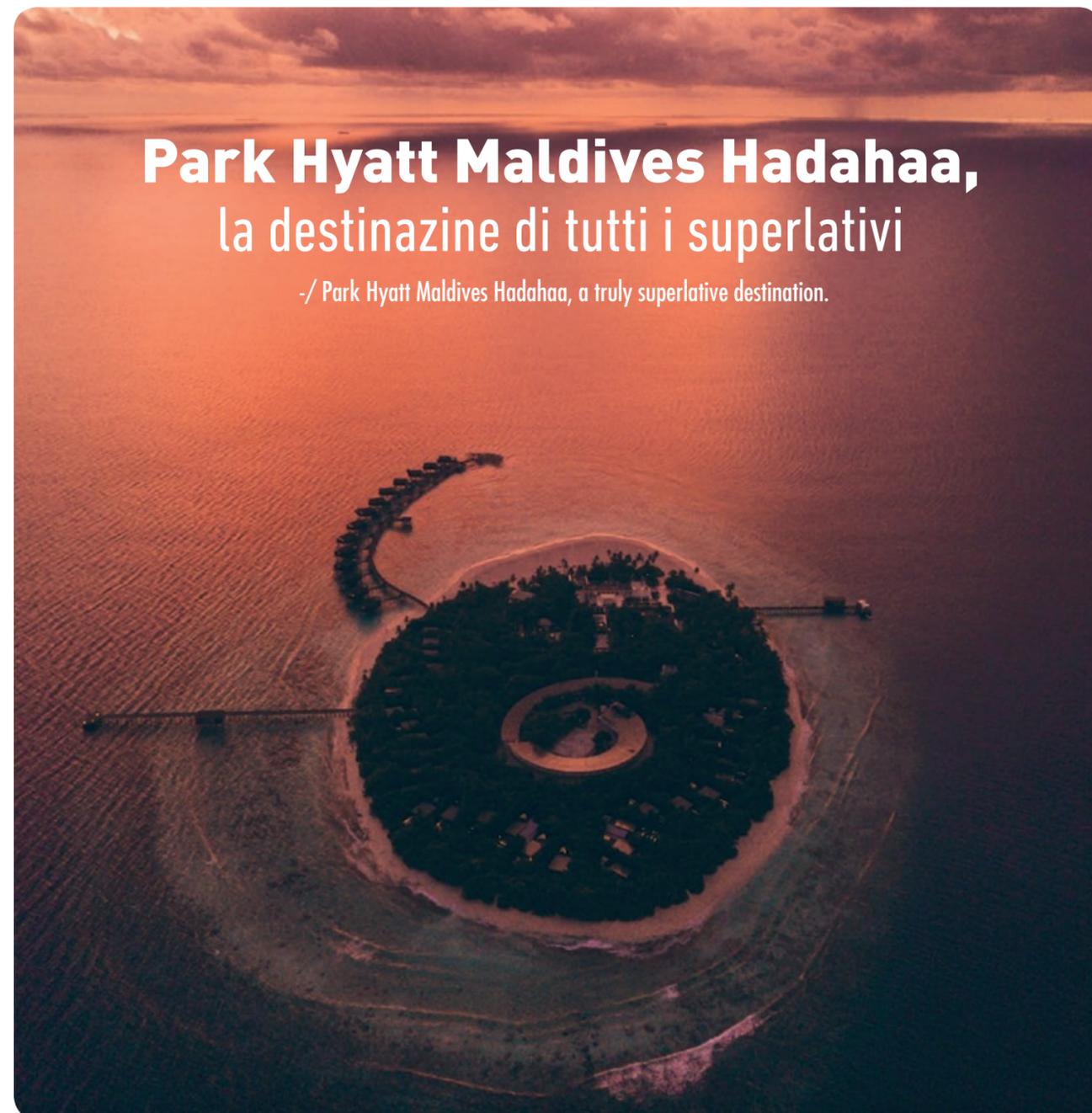
PARK HYATT MALDIVES HADAHAA



Muhammad Ali, alias Cassius Clay. Il suo stile, le sue parole, le sue prese di posizione, il suo credo religioso... Tutto ciò che lo riguardava faceva reagire la gente. Questa ostentazione gli permise di diventare una leggenda negli anni '60...

Park Hyatt Maldives Hadahaa, la destinazione di tutti i superlativi

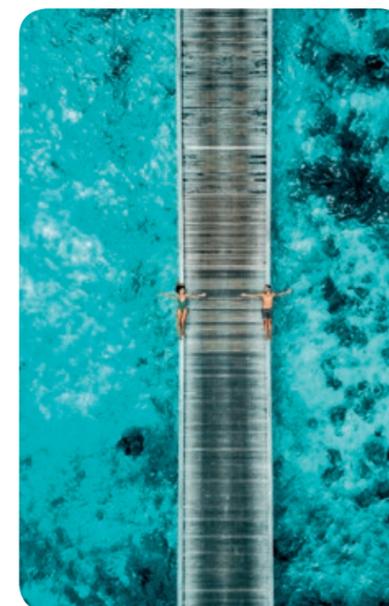
-/ Park Hyatt Maldives Hadahaa, a truly superlative destination.



Situato sull'atollo di Huvadho, il resort Park Hyatt Maldives Hadahaa offre un ambiente al limite tra sogno e realtà. Permetteteci di farvi invidia...

-/ Located on the Huvadho Atoll, the Park Hyatt Maldives Hadahaa resort offers a setting that's halfway between dream and reality. Let us wow you...

Park Hyatt Maldives Hadahaa
Gaafu Alifu Atoll - Republic of Maldives
 T. +960 682 1234 - F. +960 682 1235 1815 Clarens
www.parkhyattmaldives.com
parkhyattmaldiveshadahaa



La sua bellezza marina naturale intatta, tra cui una sublime barriera corallina, ospita uno dei più grandi ecosistemi corallini delle Maldive.

A poca distanza dall'equatore (55 km) e dai suoi tour d'avventura, dispone di non meno di 50 ville di lusso, 36 sulla terra e 14 sull'acqua, e l'anno scorso ha vinto il World Travel Awards per il miglior resort delle Maldive.

Se il paradiso esiste, deve essere un po', molto, molto simile ad esso....

Esperienze esclusive ed eco-responsabilità

Da quando ha assunto la sua posizione nel gennaio 2021, il nuovo direttore generale del Park Hyatt Maldives Hadahaa, Nikolaus Priesnitz, ha messo tutta la sua energia in nuovi progetti nel cuore dell'isola privata del Park Hyatt Maldives Hadahaa.

Nel suo primo anno, il suo obiettivo è quello di permettere agli ospiti di sperimentare l'eccellenza nel servizio e la consapevolezza della cultura maldiviana, mentre facendo un forte impegno per l'ambiente e lo sviluppo sostenibile.

Nikolaus ha già sviluppato una nuova gamma di esperienze per gli ospiti, compreso un programma di attività educative e responsabili per i bambini nell'ambiente naturale ed incontaminato di Huvadho Atoll. Qui, l'immaginazione dei più piccoli si scatena, alimentata dalla bellezza e dalla diversità della natura tropicale.

In simbiosi con la natura, coppie e famiglie potranno sperimentare la vita da naufraghi per un giorno, imparando tecniche essenziali di sopravvivenza prima di gustare pesce alla griglia appena pescato nella laguna, godendosi un picnic su un'isola deserta o una sessione di snorkeling, immersi a 360° in una barriera corallina eccezionale.

-/ Its pristine natural marine beauty, including a sublime coral reef, is home to one of the largest reef ecosystems in the Maldives. In close proximity to the equator (55 kms) and its adventure tours, it features no less than 50 luxury villas, 36 on land and 14 on water, and last year won the World Travel Awards for the best resort in the Maldives.

If heaven does exist, it must look a lot like it...

Exclusive experiences and sustainability

Since taking office in January 2021, the new General Manager of Park Hyatt Maldives Hadahaa, Nikolaus Priesnitz, has been focusing all his energy on new projects in the heart of the private island of Park Hyatt Maldives Hadahaa.

His aim for this first year is to enable guests to experience excellence in service and cultural awareness, while making a strong commitment to the environment and sustainability.

Nikolaus has already developed a new range of guest experiences, including a program of educational and responsible activities for children in the natural and unspoiled environment of Huvadho Atoll. Here, children's imaginations run wild, fueled by the beauty and diversity of tropical nature.

In symbiosis with nature, couples and families can experience life as a castaway for a day, learning essential survival skills before enjoying grilled fish freshly caught in the lagoon, a picnic on a deserted island or a snorkeling session, fully immersed in a unique reef.





Esplorate le profondità e nuotate con le tartarughe

Pour les clients souhaitant explorer les profondeurs de l'océan et son écosystème, tout en élargissant leurs connaissances de la vie sous marine, le biologiste résident du complexe organise des « conférences au cœur du récif » deux fois par semaine et avant chaque excursion, au Blue Journeys Dive ainsi qu'au Centre d'activités.

-/ Explore the depths and swim with turtles

For guests interested in exploring the deep ocean and its ecosystem while expanding their knowledge of marine life, the resort's resident biologist hosts "Reef Lectures" twice a week and prior to each excursion at the Blue Journeys Dive and Activity Center.



-/ While the resort offers a luxurious waterfront experience, Nikolaus is aware of the footprint of the resort's daily operations and the vital importance of eliminating plastic in order to achieve zero waste. Concrete initiatives, such as 100% biodegradable coffee capsules or new ways to use recycled materials in the guest's daily life, are among the many projects underway.

Unique culinary experiences are also at the forefront, with a variety of international cuisine options, including the newly opened "Tree House at the Secret Garden" and the Japanese restaurant "KOI @ The Drift". Note that this is the only 5* hotel in the Maldives that currently offers a cancellation policy up to 24 hours prior to arrival, providing total flexibility to guests.

Beach access pool villas start from CHF 1,633 per night at this time of year and are available to book online at www.experienceparkhyattmaldives.com



Mentre l'hotel offre un'esperienza di lusso sul lungomare, Nikolaus è consapevole dell'impronta delle operazioni quotidiane dell'hotel e dell'importanza vitale di eliminare la plastica per andare verso zero rifiuti. Iniziative concrete, come le capsule di caffè biodegradabili al 100% e nuovi modi di utilizzare materiali riciclati nella vita quotidiana dell'ospite, sono tra i molti progetti in corso.

Esperienze culinarie uniche sono anche in prima linea, attraverso una varietà di opzioni di cucina internazionale, tra cui la nuova apertura "Tree House at the Secret Garden" e il ristorante giapponese "KOI @ The Drift".

Da notare che questo è l'unico hotel 5* alle Maldive che attualmente offre una politica di cancellazione fino a 24 ore prima dell'arrivo, dando agli ospiti una completa flessibilità.

Le ville con piscina e accesso alla spiaggia partono da CHF 1.633 a notte in questo periodo dell'anno e possono essere prenotate online su www.experienceparkhyattmaldives.com





Hadahaa Overwater Presidential Residence

E per migliorare ulteriormente la sua offerta di esperienza esclusiva, il Park Hyatt Maldives Hadahaa è coronato da un nuovo gioiello, l'Hadahaa Overwater Presidential Residence.

Con una superficie di 895 m² ed una vista panoramica sull'Oceano Indiano, questa residenza, la cui apertura è prevista per dicembre 2021, dispone di un'incredibile piscina a sfioro d'acqua dolce lunga 16 metri e di tre camere da letto con bagni climatizzati per ospitare comodamente fino a sei persone.

La grande terrazza privata della piscina a sfioro comprende sedie a sdraio e una zona pranzo e salotto all'aperto ombreggiata, mentre le camere da letto principale e reale hanno terrazze separate.

La residenza ha una palestra privata, una grande vasca idromassaggio sulla terrazza della camera da letto principale, una spa, una sala TV con una TV da 85 pollici e una console di giochi di nuova generazione, un angolo cottura e i servizi di un maggiordomo privato, uno chef personale e un terapeuta della spa disponibili 24 ore al giorno.

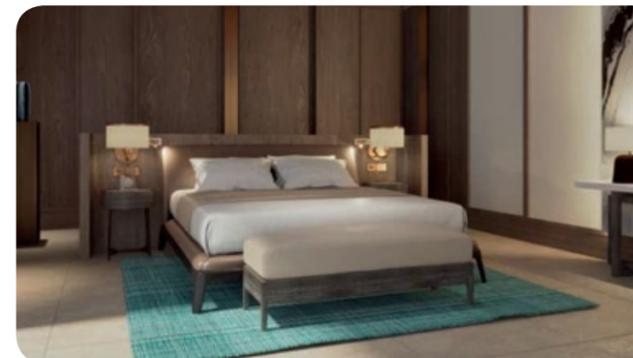
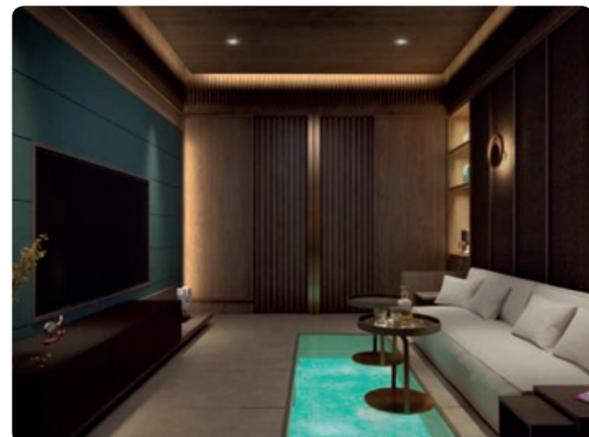
Con accesso diretto ad una barriera privata sulla laguna, godetevi il meglio della vita sottomarina e dell'esplorazione.

Grandi finestre dal pavimento al soffitto inondano il soggiorno e la sala da pranzo di luce calda ed offrono una vista mozzafiato sull'oceano.

Servizio maggiordomo 24 ore su 24

- Chef privato per esperienze culinarie personalizzate
- Sala di intrattenimento con TV da 85 pollici e console di gioco di nuova generazione
- WiFi gratuito ad alta velocità
- Sale da pranzo spaziose con attrezzature all'avanguardia
- Barbecue all'aperto e zona pranzo sull'oceano
- Palestra privata all'avanguardia
- Spa privata con terapeuta personale
- Una camera matrimoniale sovradimensionata, una camera matrimoniale ed una camera doppia
- Tre bagni interni privati con vasca da bagno e doccia a pioggia.
- Vasca idromassaggio sulla terrazza privata
- Servizi personali di lusso
- Giubbotti di salvataggio ed attrezzatura per lo snorkeling
- Borse da spiaggia e ciabatte
- Tappetini yoga
- Terrazza privata
- Piscina privata a sfioro
- Accesso diretto alla barriera corallina della residenza

Che ne direste di una piccola fuga quest'inverno, al Park Hyatt Maldives Hadahaa?



-/ Hadahaa Overwater Presidential Residence

And to further enhance its exclusive experience, the Park Hyatt Maldives Hadahaa is crowned with a new jewel, the Hadahaa Overwater Presidential Residence.

Spanning 895 sqm with panoramic views of the Indian Ocean this residence is scheduled to open in December 2021. Amongst its dreamy features, an incredible 16-meter long fresh-water infinity pool and three bedrooms with ensuite air-conditioned bathrooms to comfortably accommodate up to six guests.

The extended private infinity pool terrace features sunken loungers and a shaded outdoor dining and lounge area, while separate decks adjoin the master and king bedrooms.

The residence boasts a private gym, large whirlpool on the master bedroom terrace, spa, TV room with 85-inch TV and next-generation games console, kitchenette and the services of a 24-hour private butler, personalized chef and spa therapist.

With direct access to the lagoon house reef, enjoy the best in overwater living and underwater explorations.

Expansive floor-to-ceiling windows fill the spacious living and dining area with warm light and serene ocean views.

- Anticipatory butler service available 24 hours
- Private chef for personalized dining and dining experiences
- Entertainment room with 85 inch TV and next-generation gaming consoles
- Complimentary high-speed WiFi
- Vast dining facilities equipped with modern appliances
- Outdoor barbeque area and oceanfront sunken dining
- Private state-of-the-art gym
- Private spa experience with personal spa therapist
- One master oversized king bedroom, one master king bedroom and one twin bedroom
- Three private indoor ensuite bathrooms, including bathtub and rain shower
- Whirlpool on the private terrace
- Luxury personal amenities
- Life jackets and snorkeling gears
- Beach bags and slippers
- Yoga mats
- Private sundeck area
- Private infinity pool
- Direct access to the house reef

So how about a little getaway this winter, to the Park Hyatt Maldives Hadahaa?



Edelweiss vole sans escale de Zurich vers les Maldives les lundis, jeudis et samedis.
-/ Edelweiss flies nonstop from Zurich to The Maldives on Mondays, Thursdays and Saturdays.

www.flyedelweiss.com





▷ NEW BR.05 GMT Automatic Ø 41mm • 100m water-resistant bellross.com

TIME INSTRUMENTS
FOR URBAN EXPLORERS

Bell & Ross

COTE M A G A Z I N E EVENTI

IMMAGINI DELLE SERATE IMPERDIBILI DEI NOSTRI «PAPARAZZI»



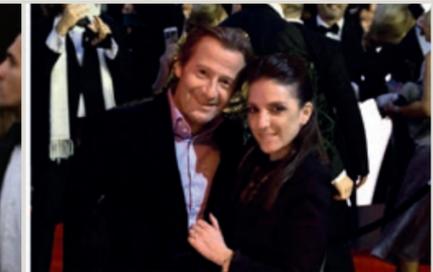
L'attore americano Marlon Brando (1924 - 2004) con sua moglie, l'attrice Movita Castaneda, alla prima del film di Brando 'The Mutiny on the Bounty', USA, novembre 1962. ©Archive Photos.



JAMES BOND PREMIERE

Il 28 settembre 2021, uno dei tappeti rossi più attesi dell'anno ha avuto luogo a Londra, con la prima mondiale dell'atteso nuovo film di James Bond «Dying Can Wait»!

Per l'occasione, il red carpet della prestigiosa Royal Albert Hall ha riunito un cast di cinque stelle, con non solo il team del film: il regista di questo 25° film di James Bond, l'americano Cary Joji Fukunaga, le star Daniel Craig, Rami Malek, Léa Seydoux, Lashana Lynch, Ana de Armas, Judi Dench, Billie Eilish... ma anche le due coppie reali il principe William e sua moglie Kate Middleton, il principe Carlo e sua moglie Camilla accompagnati dal duca e dalla duchessa di Cambridge... che quasi rubavano la scena agli attori! La rivista COTE era presente... così come il nuovo 007...





1



HUBLOT X DJ SNAKE

In occasione dell'uscita del Big Bang DJ Snake, è stato organizzato un evento all'Accor Arena di Parigi il 2 settembre 2021, durante il quale Ricardo Guadalupe ha annunciato il nuovo prodotto, prima di lasciare spazio ad una performance di DJ Snake.

La serata è stata trasmessa in diretta e ha visto la partecipazione di oltre 15.000 persone. Richard Orlinski, Marc Ferrero, Maxime Plescia-Buchi, Luis Figo e Tanguy Nef, si sono uniti a più di 600 ospiti della casa, influencer e VIP, tra cui la famosa modella brasiliana Adriana Lima.

1. Andreas Giesen et Alex Alvares. 2. Iris Mittenaere et Diego El Glaoui. 3. Marc Ferrero. 4. Ricardo Guadalupe (Directeur général de Hublot). 5. Marta Ortiz. 6. Adrana Lima. 7. Didi Stone. 8. Willy Cartier et Zakari Kunakey. 9. DJ Snake. 10. Diego Martin. 11. Ricardo Guadalupe (Directeur général de Hublot) et DJ Snake. 12. Richard Orlinski et Elisa Bachir Bey. 13. Noholita et Saam Nas. 14. Ivana Mentlova. 15. Tarek Boudali. 16. Stefan Tisseyre. 17. Rudy Gobert. 18. Sofya Benzakour et Flora Coquerel. 19. Maeva Marshall. 20. Madior. 21. Wendy Swan. 22. Giuseppe Maggio.

Photos par Pierre Mouton



2



3



4



5



6

7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



19



20



21



22



1



RALLY DELL'AUTOMOBILE CLUB DI GINEVRA CON IWC

Per la seconda volta, IWC Schaffhausen è il principale partner orologiero del rally dell'Automobile Club di Ginevra, che si è svolto nel fine settimana del 1-3 ottobre 2021.

Per questa edizione, una trentina di auto hanno preso la storica partenza dalla piazza di fronte alla cattedrale di San Pietro a Ginevra fino al circuito di Laquais. Attraversando le strade della regione dell'Ardèche e seguendo le orme delle leggendarie tappe del rally di Monaco, i vincitori Dominique e Antonio Garzon hanno ricevuto due Big Pilot's Watches 43 di IWC.

Foto di Mathieu Bonnevie.

1. Parvis de la Cathédrale Saint Pierre à Genève. 2. Antonio et Dominique Garzon, Ludovic Bolle (Directeur Boutique IWC). 3. Marco Gabella et Pierre Vogel. 4. Guillaume Chauvet et Gregoire Vaucher (Co-président ACG). 5. Nicolas Waser et Philippe Franke (Brand Director Switzerland IWC). 6. Jorge Guerreiro et Jérôme Della Santa. 7. Alexandre Axarlis et Arnaud Andrieu. 8. Florian Protoy, Christophe Caveng, Frank Casanova, Gregory Driot (Président ACG). 9. David-Georges Picot et Benoit Tarrazi. 10. David Ittah et Valentin Cerutti.



2



3



4



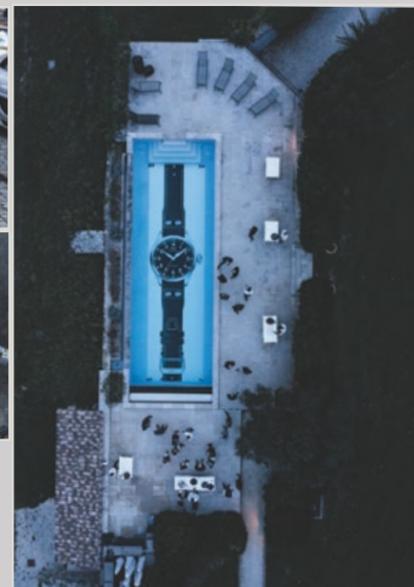
5



6



7



8



9



10



1



2



3



4



5



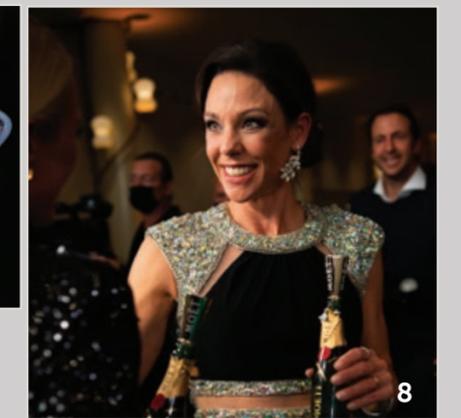
6

ZURICH FILM FESTIVAL

Zurigo, 4 ottobre 2021: sono stati molti gli highlights durante gli undici giorni dello Zurich Film Festival (ZFF), grazie al suo nuovo Co-Partner ufficiale, Moët & Chandon.

La famosa casa di champagne ha reso questo evento cinematografico ancora più frizzante, rendendo il Mini Moët l'ultimo accessorio alla moda sul tappeto verde. Un prestigioso Matusalemme d'oro, firmato da star come Roger Federer, l'ambasciatore Moët & Chandon ed altri ospiti dello ZFF come Sharon Stone, la cantante Shania Twain, il premio Oscar Florian Gallenberger, l'attrice Christiane Paul e gli attori Daniel Brühl e Söhnke Wortmann, è stato messo all'asta a beneficio della Fondazione Roger Federer.

1. Carlos Leal. 2. Sharon Stone. 3. Zoë Pastelle, Kevin Lütolf, Sebastien Bergerat, Elvira Legrand et Charles Legrand. 4. Vincent et Lionel Baldenweg. 5. Elke Mayer. 6. Mini Moët. 7. Zoë Pastelle et Xenia Tschoumi. 8. Kiki Mäder. 9. Patrizia Laeri. 10. Janine Händel, Gregory Carrier, Lynette Federer avec la direction du festival. 11. Luca Häni. 12. Kevin Lütolf.



8



9



10



11



12



1



2



3



4

REVERSO : TIMELESS SINCE 1931

La sera del 20 ottobre a Parigi, Jaeger-LeCoultre ha inaugurato la mostra «Reverso: Timeless since 1931» alla presenza di Catherine Renier, CEO della Manifattura, e di numerosi ospiti provenienti da tutta Europa.

Il clou della mostra è il Café 1931, un elegante locale che offre le dolci delizie della pasticceria Nina Métayer, che era anche presente per l'inaugurazione. Allestita su cinque livelli, la mostra «Reverso: Timeless since 1931» esplora in modo coinvolgente l'universo creativo e culturale di uno degli orologi più emblematici della Grande Maison. Un'esperienza da godere con tutti i sensi, a cominciare dallo spettacolo di un'anamorfofi firmata dall'artista americano Michael Murphy.

La mostra «Reverso: Timeless since 1931» e il 1931 Café sono aperti dal martedì al sabato dal 21 ottobre al 24 dicembre 2021 al 15 rue du Faubourg Saint-Honoré a Parigi 8e. La mostra è gratuita e aperta al pubblico. Si raccomanda la prenotazione su www.exposition-reverso.com Audioguide disponibili per la mostra.



5



1. Catherine Reacutenier (CEO of Jaeger LeCoultre) 2. Nina Métayer. 3. Djebriil Zonga. 4. Inès Méliá. 5. Nicolas Maury.



FILL YOUR WORLD
WITH WONDER

DRINK RESPONSIBLY



PATEK PHILIPPE
GENEVE



TWENTY~4 AUTOMATIC
OGNI TRADIZIONE HA UN SUO INIZIO

PER ULTERIORI INFORMAZIONI VI PREGHIAMO DI CONTATTARE UNO
DEI RIVENDITORI PATEK PHILIPPE ELENCATI DI SEGUITO.

ASCONA Orologi Gioielli Herschmann | BASEL Gübelin · Seiler | BERN Zigerli+Iff | INTERLAKEN Kirchhofer Haute Horlogerie II
KLOSTERS Maissen | LUGANO Gübelin · Mersmann SA · Somazzi SA | LUZERN Gübelin | ST. MORITZ Gübelin
VADUZ/FL Huber | ZERMATT Haute Horlogerie Schindler SA | ZUG Lohri AG | ZÜRICH Patek Philippe Boutique at Beyer · Gübelin