

# COTE

M A G A Z I N E

## ECO FASHION

QUAND LE LUXE SE MET AU VERT

ACTIONS, KERING SUR TOUS LES FRONTS  
HERMÈS, UNE MAISON ENGAGÉE & ÉCO-RESPONSABLE - PRADA RE-NYLON - STELLA MCCARTNEY, LA REINE VERTE - INSTA GUIDES  
PETIT JOURNAL DES HORLOGERS ECOLOS

LE FUTUR C'ÉTAIT QUAND MÊME MIEUX AVANT - WHO KNEW ? - WALT DISNEY : 10 CHOSES À SAVOIR - COVID FRIENDLY WITH STYLE - NEWS HORLOGÈRES - MONICA BELLUCCI ÉTERNELLE ICÔNE CARTIER - GOOD NEWS



N° 117 - MARS / AVRIL 2021 - CHF 8.50

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

[www.cote-magazine.ch](http://www.cote-magazine.ch)



CLASH DE *Cartier*



l'Odyssée du Faubourg





MB&F  
HM10 "Bulldog"

Frank Buchwald  
XL1

MB&F  
LM Perpetual

MB&F + L'Épée 1839  
Medusa

A creative adult is  
a child who survived.

**SHOP ONLINE**  
[SHOP.MADGALLERY.CH](http://SHOP.MADGALLERY.CH)

**MB&F**  
**M.A.D.GALLERY**  
MECHANICAL ART DEVICES  
11, RUE VERDAINE – GENÈVE  
[WWW.MADGALLERY.CH](http://WWW.MADGALLERY.CH)



# Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme depuis 1906



Collection Lucky Spring  
Clip et bracelet or rose, cornaline,  
onyx et nacre blanche.

## NAUTILUS COLOGNY - UN PORT SOMPTUEUX COMING SOON

Découvrez bientôt Nautilus ; 3 résidences individuelles d'exception sur les quais de Coligny.

Un design unique, une vue imprenable sur le lac et des prestations luxueuses.

Piscine intérieure, ascenseur, sauna/hammam, salle de sport, accès et parkings privés.

Un design unique signé Neal Ymar Architectes et AIA - Architectes

[www.nautilus-cologny.ch](http://www.nautilus-cologny.ch)

**naef** | **Knight**  
Prestige | **Frank**

Mail : [prestige.ge@naef.ch](mailto:prestige.ge@naef.ch)  
Tél. : 022 839 39 60





“ONLY THE BEST”

*Georges Hermann Mumm - 1876*

Depuis 1838, la Maison Mumm réserve ses meilleures cuvées Grand Cru à ses proches et amis.

Aujourd'hui, découvrez ces cuvées d'exception dans les restaurants étoilés Michelin.

ENJOY RESPONSIBLY





## LE FUTUR C'ÉTAIT QUAND MÊME MIEUX AVANT

Le calendrier a enfin sonné le glas de cette mortifère année 2020. L'année du Covid-19 et de son cortège de conséquences humaines, sociales et économiques. COTE Magazine vous propose de jeter un coup d'œil dans le rétro pour faire la somme de ce que nous avons vécu au cours des 12 derniers mois.

Qui aurait pu prévoir, il y a un an encore, que l'année 2020 nous imposerait, deux voire trois confinements, des couvre-feux, des magasins, des restos fermés et des déplacements limités quand ils ne furent pas tout simplement interdits. En son temps, Jacques Chirac qui maîtrisait à souhait le franc-parler, disait que « c'est à la fin de la foire que l'on compte les bouses ».

Le même Chirac, toujours avec délicatesse, avait pour principe que « les emmerdes volent en escadrille », comprenez qu'un problème n'arrive jamais seul. Et à ce niveau, il faut bien le reconnaître, l'année 2020 ne nous a pas déçus. Les compagnies aériennes en déroute, des entreprises en faillite et les voyages d'affaires qui se font par vidéo. Si certains outils technologiques ont pu tirer profit de cette pandémie, la majeure partie de l'économie est aujourd'hui sinistrée et après la crise sanitaire, c'est maintenant une crise économique qui arrive à nos portes. Même si l'horizon se dégage grâce aux vaccins, les perspectives à court terme demeurent « très incertaines ». Mais à un moment, il faudra bien régler la facture, d'autant plus qu'un jour les aides massives de l'Etat finiront par se tarir.

On sait que la « douloureuse sera salée » et beaucoup en ressentent déjà le goût amer. Les vrais pessimistes savent que même le pire n'est jamais sûr mais on attend, avec une impatience non feinte, les surlendemain qui chantent car on se rend bien compte que demain, encore, sera pourri.

Comme rien ne dure toujours, chacun garde l'espoir d'une reprise rapide de l'activité. Les voyages et les déplacements professionnels, notamment, finiront bien par redécoller, mais quand ?

Les prévisions vont dans tous les sens et les pourcentages de reprise se contredisent. La seule certitude, c'est que les choses se feront graduellement, une montée en puissance qui se fera sur plusieurs mois, voire plusieurs années.

Et l'on se prend à rêver d'un temps pas si lointain, où l'on se plaignait pourtant, de ce temps de croissance soutenue et continue.

Un temps où l'on se disait que demain serait forcément meilleur, un temps où l'on n'avait pas encore vu des consommateurs se battre dans les supermarchés pour quelques rouleaux de papier-toilette.

Le monde continuera de tourner (même sans nous), les indicateurs économiques rosiront de nouveau et nous finirons par oublier ces temps d'incertitude et de panique générale.

Le temps d'après que l'on imagine déjà, et l'on se surprend à penser que le futur c'était quand même mieux avant.

-/ The calendar has finally spelt the end of the deadly year 2020. The year of Covid-19 and its series of human, social and economic consequences. COTE Magazine invites you to take a look back in retrospect to sum up what we have experienced over the last 12 months.

Who could have foreseen, only one year ago, that the year 2020 would impose on us, two or even three lock-ups, curfews, closed stores and restaurants and limited travel -when they were not simply forbidden. In his time, Jacques Chirac, who was a master of outspokenness, used to say that « it's at the end of the fair that you count the dung ».

The same Chirac, always with delicacy, said that « shit flies in squadrons », meaning that a problem never happens alone. And in this regard, one must recognize that the year 2020 has not disappointed us. Plagued airlines, bankrupt companies and business travel done via video. While some technological tools have been able to take advantage of this pandemic, most of the economy is now in a state of disaster and following the health crisis, an economic crisis is now on our doorstep.

Even if the horizon is becoming clearer thanks to vaccines, the short-term prospects remain « very uncertain ». But at some point, the invoice will have to be covered, all the more so because one day the massive state aid will eventually dry up.

We know that the « bill will be sour » and many already feel the bitter taste of it. True pessimists know that even the worst is never certain, but we wait, with unabashed impatience, for brighter tomorrows, because we are well aware that tomorrow, again, will be rotten.

Since nothing lasts forever, everyone keeps hoping for a quick economic recovery. Travel and business trips, in particular, will eventually take off again, but when?

Forecasts are going all over the place and the recovery statistics are contradictory. The only certainty is that things will happen gradually, a ramp-up that will take place over several months, if not years. And we start to dream of a time, not so far away, when we used to complain about this time of sustained and continuous growth. A time when we thought that tomorrow would necessarily be better, a time when we hadn't yet seen consumers fighting in supermarkets for a few rolls of toilet paper.

The world will keep on turning (even without us), economic indicators will turn pink again and we will end up forgetting these times of uncertainty and general panic.

The time after that we already picture, and we find ourselves with the feeling that the future was better before.

# RICHARD MILLE



TOURBILLON AUTOMATIQUE  
RM 71-02

BOUTIQUE RICHARD MILLE  
SUISSE

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

www.richardmille.com

# COTE

M A G A Z I N E



Polanski with teenage girls in St Tropez just after his trouble in California. 1978.



The Village People invade the House of Commons, 1980.

<b>EDITO : LE FUTUR C'ÉTAIT QUAND MÊME MIEUX AVANT</b>	14
<b>CONTRIBUTEURS</b>	20
<b>POST-SCRIPTUM</b>	<b>25</b>
2020 EST DERRIÈRE NOUS... OUF !	26
LIVRES	28
WHO KNEW	30
WALT DISNEY	32
<b>COTE LOVES</b> BALLERINES MUSICALES	36
<b>TENDANCES</b>	<b>39</b>
UNE EXCLUSIVITÉ PORSCHÉ GENÈVE	40
GOOD NEWS	42
COVID FRIENDLY WITH STYLE	44
TRENDY SNEAKERS	48
LES SMARTIES DE LA COURONNE	50
LA MONTRE ARCEAU	52
UNE PREMIÈRE POUR UNE ICÔNE	54
EN MODE PILOTE	56
NOUVEAUTÉS UN GROUPE, UN SALON	58
RETOUR VERS LE FUTUR	60
TAG HEUER	62
PIAGET	64
PLANÈTE JOAILLÈRE	66
LES MERVEILLES DE L'UNIVERS	67
LA ROSE DANS TOUS SES ÉTATS	68
<b>LOOKBOOK</b>	<b>69</b>
LES LOOKS TENDANCES DES DÉFILÉS SS21	
MONICA BELLUCI, ICÔNE CARTIER	76
COFFEE TABLE BOOK	82
<b>COTE LOVES</b> ELVIS PRESLEY	84



Collection Horloge Fleurie

| Numéro 8 |



House of Geneva

Maison de Haute Joaillerie

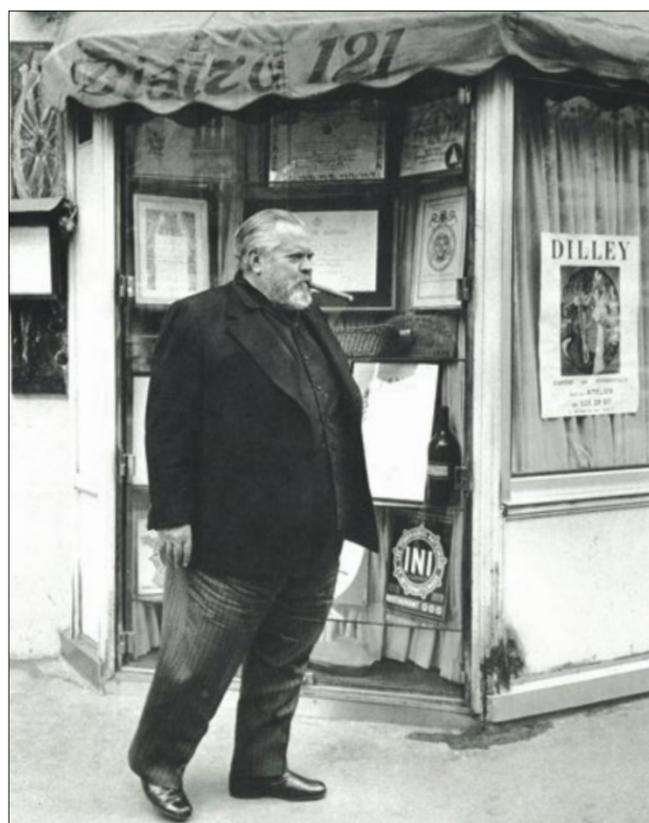
www.houseofgeneva.com

# COTE

M A G A Z I N E



Her Majesty, 1977.



Departing from «La Méditerranée», Orson Welles on one of his frequent pilgrimages to the restaurants of France, 1976.

## FACE TO FACE 85

STEVE GUERDAT // HERMÈS	86
MÉLODIE MAGISTRALE	88
COTE LOVES RM 07-01 AUTOMATIQUE	92

## ECO FASHION 93

MARRAINE – MARIE-CLAIRE DAVEU	94
ACTIONS KERING, SUR TOUS LES FRONTS !	98
HERMÈS, UNE MAISON ENGAGÉE ET ÉCO-RESPONSABLE	102
FAIRE DU SHOPPING DANS SON PLACARD, OU PRESQUE	104
PRADA RE-NYLON	108
LE MOUVEMENT VEGAN VA-T-IL AVOIR LA PEAU DU CUIR?	112
GUCCI EQUILIBRIUM	119
BAREMINERALS	125
LE PETIT JOURNAL ÉCOLO	130

## WHAT'S UP 137

DE L'EFFET DU CYCLE DE SUPER-LIQUIDITÉS !	140
SPECIAL COACHING : UN CAHIER DE DESSEINS ©	142
COLLÈGE DU LÉMAN	146
DE NOUVELLES URGENCES ORTHOPÉDIQUES	148
DOCTEUR MERCADIER	150

## ESCAPE 151

APERIGLOO MEGÈVE	152
------------------	-----

## URBAN, NOTRE CITY GUIDE 155

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

## CLINIQUE LA PRAIRIE

SWITZERLAND



## 90 YEARS HELPING PEOPLE LIVE LONGER AND BETTER

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

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

[cliniquelaprairie.com](http://cliniquelaprairie.com)





**Olivier Cerdan**  
Editeur

Olivier ne travaille pas dans la presse, il aime la presse. Son journal n'est pas son gagne-pain mais son bébé. Ce bourreau de travail passe ses journées, parfois ses nuits, à améliorer Cote, sans cesse. Un travail qui passe par les relations avec nos partenaires, une intransigeance quant à la qualité du magazine, une créativité visuelle débordante... Sans oublier la gestion de l'équipe !



**Virginie Vivès**  
Assistante de Direction

Difficile de définir d'une simple expression le rôle de Virginie au sein du magazine. Elle est partout ! Une véritable femme-orchestre sans qui aucun dossier n'avancerait. Toujours avec le sourire, elle passe de l'administration au contenu web, des partenariats avec les hôtels aux petits soucis logistiques de ses collègues. Côté famille, Virginie est également sur tous les fronts, entre sa vie en France, son travail en Suisse, son mari et son petit garçon.



**Caroline Schwartz**  
Rédactrice en Chef  
Mode & Beauté

Ancienne journaliste mode à Paris au sein du groupe Marie-Claire, Caroline est notre Miss Fashion ! Mais est-il vraiment besoin de le préciser ? Son look parle pour elle. Aucune tendance ne lui échappe, elle est aussi la réalisatrice de nos shootings. Fan de Karl (Lagerfeld), elle s'est habillée en noir et blanc et en total look Chanel durant un mois après sa disparition !



**Hervé**  
Directeur de la Rédaction

Genevois d'adoption, Hervé a quitté Paris il y a quelques années sans pour autant lâcher sa plume. S'il continue de collaborer pour la presse française, Paris Match, le JDD, Air France Madame... ce passionné d'horlogerie, de joaillerie, de mode et de sports apporte à la rédaction son esprit vif et son sens du sarcasme parisien, toujours avec humour.



**Laurence**  
Directrice Commerciale

Sa silhouette de rêve, sa blondeur, sa gentillesse font partie de Cote depuis toujours. Laurence est en effet partie prenante de l'aventure du magazine depuis ses débuts, ce qui n'entame en rien son enthousiasme. La sortie de chaque numéro reste pour elle une fête. Une femme de terrain, efficace, à l'écoute, dont le léger accent marseillais nous réchauffe les cœurs.



**Stéphanie**  
Directrice  
Marketing & Events

Stéphanie a le service dans le sang. Toujours à l'écoute des autres, affichant un sourire ravageur, elle se met en quatre pour que tout se passe bien entre collaborateurs mais aussi avec ses partenaires pour qui elle est aux petits soins pour les satisfaire. Qu'il s'agisse de communication, de marketing ou bien d'événements, l'objectif pour elle est de coller à chaque fois parfaitement à leur ADN. Rien d'étonnant à cela, quand on sait qu'elle sort de l'Ecole Hôtelière...



**Claudia Dwek**  
Graphiste

Conviviale et bonne vivante, Claudia connaît Genève comme sa poche et n'a pas sa pareille pour prodiguer conseils et autres astuces. Vous voulez acheter le dernier it bag au meilleur prix, connaître le dernier restaurant en vogue ? Ne cherchez plus, demandez-lui ! Passionnée et créative de nature, les idées fusent dans son esprit, c'est une certitude. C'est à elle que l'on doit la valorisation d'un grand nombre de nos partenaires. Tout droit sortie de l'IPAC Design Genève, elle donne vie aux pages de COTE Magazine.



**Linda**  
Commerciale at large

Basée à Lausanne, Linda fait rayonner le magazine au-delà des murs de Genève. Toujours à l'écoute des partenaires dont elle s'occupe, elle met un point d'honneur à les mettre en avant grâce à un support rédactionnel sans faille. Une pro qui n'a qu'un seul défaut... celui de ne pas passer tout son temps avec nous à Genève.



**Alison Demierre**  
Illustratrice

Son blond platine-gris illumine le studio de PAO de Cote, sans oublier sa perpétuelle bonne humeur. Diplômée de l'école d'art et de communication ERACOM de Lausanne, elle est au service de la mise en page et n'hésite pas à dessiner, une de ses passions, afin d'enrichir un sujet. C'est à elle que l'on doit notre galerie de portraits...



**Raphaël Klemm**  
Journaliste

Raphaël est ce que l'on pourrait appeler un homme complet. Non seulement c'est un puits de culture, mais il est curieux de tout. Deux qualités indispensables pour en faire un bon journaliste (ce qu'il est), auxquelles s'ajoute sa sensibilité artistique. Car Raph, comme ses amis l'appellent, est aussi un auteur-compositeur-interprète. En bref, il manie aussi bien la plume que la guitare...

© GRAFF.COM 2020



GRAFF  
TRIBAL

# COTE MAGAZINE

## ÉDITEUR

Olivier Cerdan / [o.cerdan@cote-magazine.ch](mailto:o.cerdan@cote-magazine.ch)  
assisté de Virginie Vivès / [v.vives@cote-magazine.ch](mailto:v.vives@cote-magazine.ch)

**RÉDACTRICE EN CHEF  
DIRECTRICE ARTISTIQUE - CASTING & PRODUCTION**  
Caroline Schwartz / [c.schwartz@cote-magazine.ch](mailto:c.schwartz@cote-magazine.ch)

**DIRECTEURS DE LA RÉDACTION**  
Hervé Borne / [h.borne@cote-magazine.ch](mailto:h.borne@cote-magazine.ch)  
Raphaël Klemm / [r.klemm@cote-magazine.ch](mailto:r.klemm@cote-magazine.ch)

**RÉDACTRICES - RÉDACTEURS**  
Pauline Baleyrier, Isabelle Cerboneschi, Caroline Schwartz, Hervé Borne, Marianne Eschbach, Jacob Decasa, Olivier Cerdan, Jacques Julliard, Raphaël Klemm, [laredaction@cote-magazine.ch](mailto:laredaction@cote-magazine.ch)

**DIRECTRICE DE LA PUBLICATION**  
Linda Cohen / [l.cohen@cote-magazine.ch](mailto:l.cohen@cote-magazine.ch)

**PUBLICATION SUR LA TOILE**  
Victoria Javet  
Caroline Schwartz  
Virginie Vivès

**PHOTOGRAPHES**  
Stéphane Gagnard, Pierre Orssaud,  
Claire Terrailon, Alexandre Pittet, Sylvie Roche

**STUDIO**  
Directeur de la création  
Olivier Benatar / [o.benatar@cote-magazine.ch](mailto:o.benatar@cote-magazine.ch)

**STUDIO COTE**  
Claudia Dwek, Alison Demierre / [pao@cote-magazine.ch](mailto:pao@cote-magazine.ch)

**DIRECTEUR DE FABRICATION - CONTRÔLE QUALITÉ**  
Régis Chamberlin / [r.chamberlin@chamberlinprod.com](mailto:r.chamberlin@chamberlinprod.com)

## PUBLICITÉ

**GENÈVE  
DIRECTRICE COMMERCIALE**  
Laurence Chalvet / [l.chalvet@cote-magazine.ch](mailto:l.chalvet@cote-magazine.ch)

**LUGANO**  
Gea Aprile / [gea@cote-magazine.ch](mailto:gea@cote-magazine.ch)

**ZÜRICH**  
Stefan Hostettler / [s.hostettler@cote-magazine.ch](mailto:s.hostettler@cote-magazine.ch)

## EVENTS

Stéphanie Fantoni / [s.fantoni@cote-magazine.ch](mailto:s.fantoni@cote-magazine.ch)

Catherine Leopold-Metzger / [cm@metleo.ch](mailto:cm@metleo.ch)

« Les Vendanges de Genève® »  
« Réenchanter la rue du Rhône® »  
« Zürcher Spring Tastings® »

**TRADUCTION** : Benjamin Marciano, Atenao, Raphaël Klemm

**PARTENARIAT HÔTELS**  
Virginie Vivès / [v.vives@cote-magazine.ch](mailto:v.vives@cote-magazine.ch)

Abonnements : [info@cote-magazine.ch](mailto:info@cote-magazine.ch)



@cotemagazineswitzerland

[www.cote-magazine.ch](http://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](http://www.cote-magazine.ch)

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

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

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

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

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

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



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

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



# PIAGET

PIAGET POLO

Boutiques Piaget  
Rue du Rhône 40 - Genève | Bahnhofstrasse 38 - Zürich | Grendelstrasse 19 - Luzern  
[Piaget.com](http://Piaget.com)

BELAIRFINEART  
GENEVA

SWISS PREMIERE

**CRAIG ALAN**

POP-SURREALISM

*At first glance, the paintings look like aerial photographs, though a closer inspection reveals that they are hand-painted.*



1999  
MIXED MEDIA ON WOOD AND RESIN  
ONE OF A KIND ORIGINAL ARTWORK  
91 X 91 X 10 CM

PERMANENTLY IN

**GENEVA**

7, RUE DE LA CORRATERIE • 1204 GENEVA • GENEVA@BELAIRFINEART.COM • +41 22 310 16 67

ALSO IN **CRANS-MONTANA, VERBIER, GSTAAD & LAUSANNE**

BELAIRFINEART.COM

# COTE MAGAZINE POST-SCRIPTUM

2020 EST DERRIÈRE NOUS... OUF ! - LIVRES - WHO KNEW - WALT DISNEY, DIX CHOSES À SAVOIR



Lou Adler (left), his girlfriend and Sam Spiegel with Jack Nicholson demonstrating that he is a man of many parts, port de St Tropez, 1976.

# 2020 est derrière nous... ouf !

## L'Heure des Bilans (hors Covid) en tous genres est arrivée !

-/ 2020 is behind us (except Covid) ... The time for reviews of all kinds has arrived!

Pour ne pas faillir à ce qui ressemble à une tradition, je vous laisse découvrir ces quelques chiffres, souvent étourdissants même si parfois tragiques. Les données présentées dans ce post sont toutes issues d'études et de statistiques fournies par l'Insee et non pas par ma cousine Lindsay qui a oublié sciemment de mentionner ce satané virus.

-/ So as not to fall short of what's become a tradition, here are some astonishing if somewhat tragic figures for you to read. The figures provided in this post have all come from studies and statistics provided by the INSEE and not my cousin Lindsay who knowingly forgot to mention the damn virus.

**64%** Le pourcentage de tous les e-mails qui sont des spams.

**39** Un baiser profond avec la langue fait travailler 39 muscles faciaux et permet de brûler jusqu'à 150 calories.

**1700** Le nombre de mots inventés par Shakespeare.

Vous utilisez **17** muscles pour sourire et **43** pour froncer les sourcils.

Les **1%** les plus riches possèdent 48% de la richesse mondiale.

Il y a seulement **2%** de blonds sur Terre.

**-270,4°C** La température moyenne de l'Univers.

L'arbre le plus vieux du monde jamais découvert a **9555** ans.

Il s'agit d'un épicéa en Suède.

Chaque année, vous partagez votre anniversaire avec environ **19,2** millions de personnes !

**40%** des profits de McDonalds proviennent de la vente des Happy Meals.

**634** tonnes de déchets sont déversées dans les océans chaque seconde.

Une chevelure humaine peut supporter un poids de **12** tonnes !

**3,64** millions de personnes transitent chaque jour dans la gare la plus fréquentée du monde, la gare de Shinjuku à Tokyo.

SEULEMENT 1 PERSONNE SUR 10 EST GAUCHÈRE.

Il y a **9** millions de plus de femmes que d'hommes en Russie.

L'Allemagne a économisé **100** milliards d'euros grâce à la crise grecque.

Être vieux, pour le cerveau, ça commence à **24** ans.

Il faut en moyenne **104** rapports sexuels pour avoir un enfant.

**64%** The percentage of emails that are spam.

**39** A French kiss works 39 facial muscles and burns up to 150 calories

**1700** The number of words invented by Shakespeare.

-/ You use **17** muscles to smile and **43** to frown.

**1%** of the wealthiest people own 48% of the world's wealth.

Blondes account for just **2%** of the Earth's population.

**-270.4°C** The universe's average temperature.

-/ The oldest tree in the world to be discovered is **9555** years old. It's a spruce in Sweden.

-/ You share your birthday with approximately **19.2** million people every year!

**40%** of McDonalds' profits are from sales of Happy Meals.

**634** tons of waste are dropped into the oceans every second.

-/ A single human hair can hold a **12** ton weight!

**3.64** million people commute through the world's busiest station every day: Shinjuku station in Tokyo.

-/ Just 1 in 10 people are left-handed.

-/ There are **9** million more women than men in Russia.

-/ Germany saved **100** billion Euros because of the Greek crisis.

-/ Being old starts at **24** if you're a brain.

-/ It takes an average of **104** sexual relations to have a child.



Henry Purcell

# Didon et Énée

2 - 11.5.2021

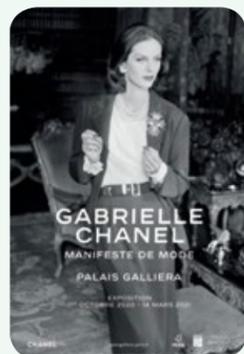
DÈS CHF 17.-

GTG.CH

# LIVRES

**Manuels de mode, de photographie et d'art à posséder, coups de coeur du mois, sélection aiguisée des rentrées littéraires... Le meilleur de l'univers des livres, pour s'évader intelligemment et ouvrir l'oeil sur les phénomènes de société qui font bouger les choses.**

**-/ Fashion, photography and art manuals to own, favorites of the month, a sharp selection of literary releases... The best of the world of books, for a clever getaway and to open your eyes to the social phenomena that make things happen.**



**GABRIELLE CHANEL**  
Manifeste de Mode,  
Éditions Paris Musées

Partie de rien, Gabrielle Chanel a réussi à créer un empire au fil d'une carrière exceptionnelle. Elle a dessiné les contours d'une nouvelle féminité, plus libre et racée, avec des vêtements épurés aux lignes franches. Un destin hors norme qui méritait bien une grande rétrospective. C'est donc au coeur d'un Palais Galliera vampé que la première rétrospective en France dédiée à Gabrielle Chanel prend vie. Soutenue par Chanel, l'exposition articulée en 10 chapitres, jalonnée de plus de 350 pièces, retrace les grandes périodes de sa vie et de sa mode, au regard de l'évolution des moeurs et de la société, tout en décryptant les codes de la maison Chanel, garants d'un style et d'une allure intemporels. Et si l'on a pas eu la chance de visiter l'exposition, on se rattrape en s'offrant le catalogue de l'exposition, mêlant photographies emblématiques, documents d'archives et portraits rares.

-/ Starting from nothing, Gabrielle Chanel has succeeded in creating an empire over the course of an exceptional career. She has drawn the contours of a new femininity, freer and more racy, through simple clothes with clean lines. An extraordinary destiny that deserved a great retrospective. It is thus in the heart of a revamped Palais Galliera that the first retrospective dedicated to Gabrielle Chanel in France comes to life. Supported by Chanel, the exhibition, divided into 10 chapters and featuring over 350 pieces, retraces the major periods of her life and fashion, with regard to the evolution of morals and society, while deciphering the codes of the House of Chanel, which is synonymous with timeless style and allure. And for those who may not have the chance to visit the exhibition, you can make up for it by buying the catalog, mixing emblematic photographs, archival documents and rare portraits. extraordinary life story.



**VERSAILLES,**  
de Louis XIV à Jeff Koons,  
Éditions Assouline

Dans un coffret collector qui frôle l'insolence, toute l'histoire de Versailles défile sous les yeux, du faste sous Louis XIV aux parenthèses artistiques initiées par Jeff Koons en 2008. Un écrin pur luxe en velours estampillé d'un médaillon sculpté du Roi Soleil, qui renferme même un bon pour une visite (très) privée du Domaine. Vous avez dit royal ?

-/ In a collector's box that borders on insolence, the entire history of Versailles unfolds before our eyes, from the pomp under Louis XIV to the artistic parentheses initiated by Jeff Koons in 2008. A pure luxury velvet case stamped with a sculpted medallion of the Sun King, which even contains a voucher for a (very) private visit to the estate. Did you say Royal?



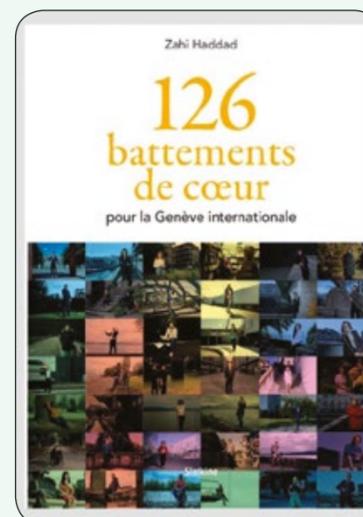
**JACKIE ET LEE**  
Stéphanie des Horts  
Éditions Albin Michel

«Américaines. Chic. Glamour. Deux sœurs intelligentes et belles. La première aura tout, la seconde en rêvera.» Toutes les deux sont belles, minces et ambitieuses. Mais une seule bénéficie d'un aplomb et d'un charisme qui feront d'elle la First Lady de JFK, puis l'épouse d'Aristote Onassis - qui aura été, peu de temps auparavant, l'amant de sa sœur Lee ! Dans ce récit à la fois sentimental, familial et mondain, on croise du beau monde, et pas mal de tombeurs : Peter Beard, Truman Capote, Cecil Beaton... Et surtout, on découvre la relation à la fois toxique et émouvante de ces deux sœurs nées Bouvier, fusionnelles mais rivales. L'auteure revient aussi sur le foyer dysfonctionnel dans lequel ont grandi Jackie et Lee, et qui a influencé tous les choix de leurs tumultueuses existences respectives.

-/ «American. Chic. Glamorous. Two intelligent and beautiful sisters. The first will have everything, the second will dream about it. «Both are beautiful, slim and ambitious. But only one of them has the aplomb and charisma that will make her JFK's First Lady, then Aristotle Onassis' wife - he will have been, shortly before, the lover of her sister Lee! In this sentimental, family and social tale, we meet nice people, and quite a few lady-killers: Peter Beard, Truman Capote, Cecil Beaton... And above all, we discover the toxic and moving relationship between these two sisters born Bouvier, fusional but rival. The author also reflects on the dysfunctional home in which Jackie and Lee grew up, which influenced every choice of their tumultuous respective lives.

## 126

Battements de coeur pour la Genève internationale



**126 histoires de vie inspirantes, pour presque autant de nationalités présentes à Genève ; 126 projets économiques, humanitaires, culturels, sélectionnés par l'auteur, qui font voyager le nom de Genève aux quatre coins de la planète.**

À l'heure de fêter le 100<sup>ème</sup> anniversaire de la première réunion à Genève de la Société des Nations, ce livre est un hommage au multilatéralisme et surtout à la société civile genevoise. À ces personnalités qui la confirment comme capitale des droits humains et de la paix, comme terre d'accueil et d'opportunités, où tout est possible, le dialogue et le changement.

Un lieu où l'humanité a toutes les cartes en mains pour se réinventer. Après la publication d'un roman, Au bonheur de Yaya, qui traite notamment d'émigration, Zahi Haddad revient au point central de ses études qui l'ont mené de l'université de Genève à la Columbia University de New York : les relations internationales et la façon dont elles s'imbriquent et façonnent les êtres humains.

Auteur, entrepreneur, blogueur, pétri d'une grande culture internationale, Zahi Haddad a mis toute son expertise et son empathie au service de ces 126 battements de coeur et, en dix-huit mois de recherches et de rencontres, a dressé des portraits uniques, avec passion et authenticité.

-/ 126 inspiring life stories, for almost as many nationalities represented in Geneva; 126 economic, humanitarian and cultural projects, selected by the author, which spread the name of Geneva all over the world.

As we celebrate the 100th anniversary of the League of Nations' first meeting in Geneva, this book is a tribute to multilateralism and above all to Geneva's civil society.

To those personalities who make it the capital of human rights and peace, a land of welcome and opportunities, where everything is possible, dialogue and change. A place where humanity holds all the cards to reinvent itself.

After his first novel, Au bonheur de Yaya, which addressed emigration in particular, Zahi Haddad returns to the central point of his studies, that led him from the University of Geneva to Columbia University in New York: international relations and the way they intertwine and shape human beings.

An author, entrepreneur, blogger, and a man steeped in a great international culture, Zahi Haddad has put all his expertise and empathy at the service of these 126 heartbeats and, in eighteen months of research and encounters, has drawn up unique portraits, with passion and authenticity.

## « ABÉCÉDAIRE POLITIQUE »

de Bertrand Reich



Bertrand Reich est une personnalité Genevoise, un avocat redoutable, humaniste éclairé et acteur politique depuis plus de 30 ans. Il a su mettre à profit le temps mis à sa disposition lors du semi-confinement pour se prêter avec brio à un exercice délicat : rendre hommage à la politique et la décliner au gré de 26 thèmes... De A comme Amour jusqu'à Z, du film éponyme de Costa Gavras.

Cet ouvrage original, illustré par le dessinateur Pécub s'inscrit dans une actualité politique genevoise animée, puisque la campagne en vue de l'élection complémentaire au Conseil d'Etat genevois est désormais lancée.

### La politique de A à Z

Peut-on résumer la politique en 26 thèmes, choisis arbitrairement? Assurément non, et tel n'est pas le parti de cet ouvrage. Sans souci d'exhaustivité, son auteur a choisi de partager ses réflexions et sa vision, issues de plus de 30 ans d'engagements en politique et bientôt deux ans de présidence du plus grand parti de la République de Genève. Oscillant entre humour et gravité, dérision et espoir, ces pages se veulent un hommage à la politique, comprise comme l'art de construire la Cité, et parfois à celles et ceux qui la font vivre. Il y est notamment question d'amour, de mensonge, de Shakespeare, d'ochlocratie et de culture, du Valais et du monde. Autant qu'un livre, cet ouvrage se veut aussi une invitation au dialogue...

-/ Bertrand Reich is a prominent figure in Geneva, a formidable lawyer, an enlightened humanist and a political actor for more than 30 years. He took advantage of his free time during the semi-confinement to brilliantly engage in a delicate exercise: paying homage to politics and breaking it down into 26 themes... From A comme Amour to Z, like Costa Gavras's eponymous film.

This original work, illustrated by the cartoonist Pécub, is published in the midst of intense political activity in Geneva, since the campaign for the complementary election to the Geneva State Council has now been launched.

### Politics from A to Z

Can politics be summed up in 26 arbitrarily chosen themes? Certainly not, and that is not what this book is about. Without any concern for exhaustiveness, the author has chosen to share his reflections and his vision, resulting from more than 30 years of commitment in politics and almost two years as President of the largest political party in Geneva. Oscillating between humor and gravity, derision and hope, these pages are intended as a tribute to politics, understood as the art of building the City, and sometimes to those who bring it to life. It is notably about love, lies, Shakespeare, ochlocracy and culture, Valais and the world. About as much as a book, this work is an invitation to dialogue...

# WHO KNEW?

## INFOS INSOLITES

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

## FUN FACTS

**-/ For lack of having a solid general culture, here are a few titbits that are easy to remember, to bring out in society and other circumstances... or not...**



**L'ailurophobie est la peur irraisonnée des chats. Le terme vient du grec ancien : (ailouros), « chat ».**

-/ Ailurophobia is the irrational fear of cats. The term comes from ancient Greek: (ailouros), «cat».



**La bibliothèque principale de l'université d'Indiana s'enfonce d'un pouce chaque année, car lorsqu'elle a été construite, les ingénieurs ont oublié de prendre en compte le poids des livres qui occuperaient l'édifice.**

-/ Indiana University's main bookstore sinks one inch every year, because when it was built, the engineers forgot to take into account the weight of the books that would occupy the building.



**Tes yeux sont de la même grosseur qu'à ta naissance, mais ton nez et tes oreilles ne cessent jamais d'augmenter.**

-/ Your eyes are the same size as when you were born, but your nose and ears never stop growing.



**Un escargot peut dormir durant 3 ans.**

-/ A snail can sleep for 3 years.



**C'est possible de faire monter des escaliers à une vache, mais c'est impossible de la faire redescendre.**

-/ It is possible for a cow to climb up stairs, but not down.



**En 10 minutes, un ouragan produit plus d'énergie que toutes les armes nucléaires combinées.**

-/ In 10 minutes, a hurricane produces more energy than all nuclear weapons combined.



**Le cri d'un canard ne fait pas d'écho, et personne ne sait pourquoi.**

-/ A duck's cry does not echo, and nobody knows why.



**90 % des chauffeurs de taxi de New York sont des immigrants fraîchement débarqués.**

-/ 90% of New York taxi drivers are newly arrived immigrants.



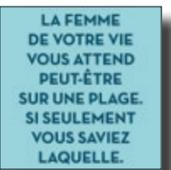
**En moyenne, 100 personnes chaque année s'étouffent à mort avec leur stylo.**

-/ On average, 100 people choke to death with their pen each year.



**Seule 1 personne sur 2 milliards vivra jusqu'à 116 ans ou plus.**

-/ Only 1 in 2 billion people will live to 116 years old or older.



**35% des gens qui utilisent les agences de rencontre, sont déjà mariés.**

-/ 35% of people who use dating agencies are already married.



**HIRSLANDEN**

CLINIQUE BOIS-CERF

**URGENCES ORTHOPÉDIQUES**

**PLUS QU'UN GENOU,  
IL FAIT DE VOUS UNE JOGGEUSE.  
URGENCES ORTHOPÉDIQUES**

OUVERTES TOUS LES JOURS ENTRE 8H00 ET 20H00

L'EXPERTISE EN TOUTE CONFIANCE.

**HIRSLANDEN CLINIQUE BOIS-CERF**  
AV. D'OUCHY 31  
CH-1006 LAUSANNE  
+ 41 21 619 60 00

WWW.HIRSLANDEN.CH/URGENCES-ORTHOPEDIQUES

HIRSLANDEN  
A MEDICLINIC INTERNATIONAL COMPANY



# Walt Disney : 10 choses que vous ignoriez peut-être...

**Cinéaste, businessman, créateur de rêves... Walt Disney a créé l'empire le plus puissant du monde. Derrière la magie, des années de travail et de sacrifice auxquelles le génie de l'animation s'est plié avec le sourire. Voici quelques anecdotes confidentielles sur la vie de Walt Disney.**

**-/ A filmmaker, a businessman, a dream maker... Walt Disney created the most powerful empire in the world. Behind the magic, years of work and sacrifice that the genius of animation embraced with a smile on his face. Here are some confidential anecdotes about the life of Walt Disney.**

## Des racines françaises

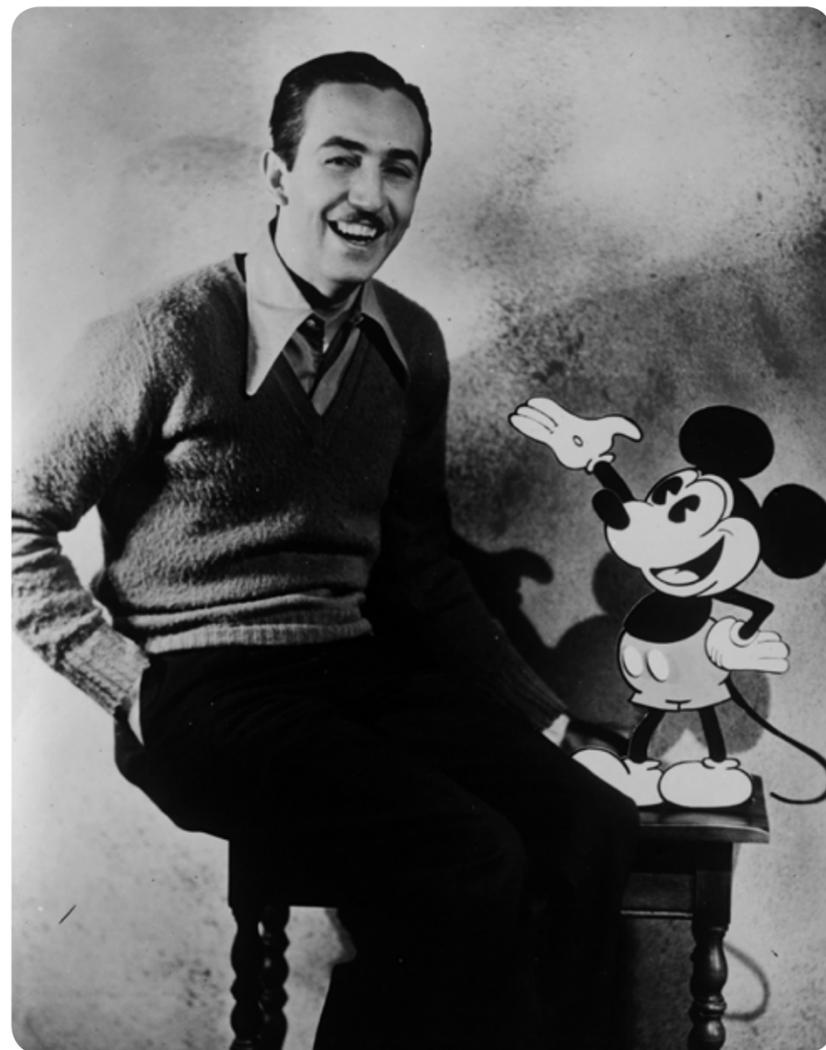
Le nom du célèbre cinéaste et entrepreneur possède en fait des racines purement françaises. Disney est la version anglicisée « d'Isigny », le nom qu'auraient porté deux soldats normands Hughes d'Isigny et son fils Robert, partis à la conquête de l'Angleterre aux côtés de Guillaume le Conquérant. Ces ancêtres lointains de la famille Disney ont fortement inspiré Walt qui a fait du drapeau de la Normandie un élément important de son univers. On retrouve d'ailleurs le blason aux lions de la région en franchissant le pont du château de La Belle au Bois Dormant à Disneyland Paris ou encore, sur le drapeau du château du clip d'introduction de tous les films Disney. Dans les hôtels et restaurants des resorts du monde entier, si vous demandez du beurre, on vous servira le fameux beurre normand d'Isigny.

## Un travailleur acharné

Avant d'être le cinéaste à succès que l'on connaît, Walt Elias Disney n'était autre qu'un fils de famille ouvrière. Dès son plus jeune âge, il se lève à 3h30 pour aller livrer des journaux avec son frère Roy. Facteur et portier en uniforme au collège, vendeur itinérant dans un train de la Missouri Pacific Railroad où il se passionnera pour les machines à vapeur... Walt Disney est un touche à tout. Ce n'est que le samedi matin qu'il s'adonne à des cours de dessin au Chicago Art Institute. Inspiré par toutes ces expériences, il crée **Main Street**, la rue principale de ses parcs à thème, à l'image de ces petites villes américaines de l'époque dans lesquelles il a tant appris. On retrouve d'ailleurs un train à vapeur dans chacun des parcs Disneyland.

## Un patriote affirmé

Dans l'imaginaire de beaucoup, Walt Disney est avant tout le père fondateur du conte de fée moderne. Mais avant de créer Mickey Mouse, le jeune Walt a fait des pieds et des mains pour s'engager dans l'armée lors de la Première Guerre mondiale aux côtés de son frère. Trop jeune pour partir, il finira par falsifier son



Walt Disney © General Photographic Agency

passport et s'engager dans la Croix-Rouge. Il sera alors déployé en France après l'armistice et passera notamment un séjour à quelques pas de Marne-La-Vallée, où se situe aujourd'hui le parc Disneyland Paris.

## Jeune entrepreneur

Walt Disney a commencé à entreprendre très tôt. En 1920, à l'âge de 19 ans, il démarre sa première société Iwerks-Disney Commercial Artists avec son associé Ub Iwerks, puis une nouvelle nommée Laugh-O-Gram en 1922. Walt y produit des courts-métrages de contes de fée populaires pour les cinémas du coin. Forcé d'abandonner le projet pour des raisons financières, il s'installera à Hollywood avec son frère pour devenir photographe. C'est finalement en 1923 que Walt et Roy, avec leur Alice au Pays des Merveilles tourné en prises réelles sous le bras, créent Disney Brothers Studio et signent pour la réalisation de 12 films avec un distributeur new yorkais.

## La naissance de Mickey Mouse

Mickey Mouse n'a pas toujours été l'emblème de réussite de Walt Disney. Avant lui, c'est Oswald le Lapin chanceux, héros animé et icône populaire, qui faisait des siennes à l'écran. En interne, une bataille de droits d'auteur et d'egos se joue, et Walt est obligé de laisser de côté son personnage aux longues oreilles. C'est ainsi que l'idée d'un héros aux traits similaires lui vient. Mickey Mouse, initialement nommé Mortimer et rebaptisé par sa femme Lillian Disney, naît d'un dessin rapide de Walt dans le train. Il lui insuffle son caractère facétieux et laisse son associé Ub Iwerks travailler sur le design. Après avoir essuyé plusieurs échecs pour faire connaître sa souris, Disney se décide à se lancer dans le premier dessin animé avec du son : Steamboat Willie. Pour la production de son cartoon, Disney doit vendre sa voiture 400 dollars et se faire prêter le matériel de synchronisation du son. Pari gagné puisque Steamboat Willie est un succès d'abord national puis dans le monde. Mickey Mouse devient rapidement l'une des premières marques déposées des Walt Disney Studios et en 1932, Walt reçoit même un Oscar d'honneur pour sa création de la petite souris aux grandes oreilles noires.

## Un artiste dans l'âme

Même avec ses cours de dessins, Walt a souvent avoué ne pas être un très bon dessinateur. C'est pourquoi, il a toujours délégué toute la partie manuelle à ses associés puis, aux Imagineers, ces ingénieurs à la créativité débordante. Mais son génie créatif se situe ailleurs. Comme un chef d'orchestre, Walt Disney était en charge d'insuffler ses idées les plus folles à son équipe et la guider pour faire du rêve une réalité. D'ailleurs, dans la série documentaire *Il Était Une Foix Les Imagineers* disponible sur **Disney+**, les équipes de création avouent qu'à la mort de Walt en 1966, il fut difficile de relancer la machine pour créer de nouvelles attractions dans les parcs. Cette âme d'artiste lui a aussi valu d'être un mauvais homme d'affaire. S'il est présenté comme un businessman exemplaire, il a souvent laissé toute la partie financière et de négociation à son frère Roy, bien plus terre à terre.

## Walt Disney, le preneur de risques

Si Walt avait dû vendre sa voiture pour Steamboat Willie, il ne s'est pas arrêté là en terme de prise de risques. Pour *Blanche-Neige et les Sept Nains*, le cinéaste - dont le studio n'allait pas très bien financièrement - était presque au bord de la ruine à la fin de la production. Le succès mondial de ce premier long-métrage a relancé la confiance des investisseurs et permis de produire d'autres dessins animés culte comme *Fantasia* ou encore *Cendrillon*. Les choses se sont corsées lorsque Walt Disney a voulu se lancer dans la construction de son premier parc d'attraction en Californie. Pour l'entrepreneur, impossible de trouver les financements alors que les studios étaient en plein essor. Croyant dur comme fer en son projet, il s'est résolu à vendre son assurance vie, sa maison de vacances et demander de l'aide autour de lui. La chaîne ABC répondra à son appel en échange de la signature d'un contrat pour une émission télévisée et la réalisation de la série *Zorro*. Elle finança le parc à hauteur de 500 000\$. Après un démarrage exceptionnel en 1955, la branche parc à thème **Disneyland** deviendra le succès international que l'on connaît aujourd'hui.

## Le passionné du futur

Toujours en avance sur son temps, Walt Disney avait l'oeil tourné vers l'avenir. Bien sûr il y avait les films, les documentaires (il crée plusieurs documentaires en partenariat avec la NASA), mais aussi les parcs d'attractions. Pour lui, Disneyland ne sera jamais achevé. C'est pourquoi, après la création de son premier parc et le **projet Walt Disney World** en Floride, il eut l'idée de la construction d'une ville à part entière, autonome politiquement, économiquement et fabriquant sa propre énergie. Walt baptise ce projet urbain du futur pouvant accueillir 20 000 habitants Experimental Project Community Of Tomorrow ou EPCOT. Dôme géant pour réguler le climat, piétonisation avec routes souterraines, énergie renouvelable... Disney avait tout prévu. Malheureusement, le cinéaste meurt en plein milieu du chantier de **Walt Disney World** et son projet utopique ne voit jamais le jour. À la place, son frère, ses associés et les Imagineers travaillent à créer un parc du même nom et ouvert en 1982. Attractions futuristes, découvertes spatiales, ère des dinosaures, voyage autour du monde... EPCOT se veut comme étant une destination touristique aussi divertissante qu'éducative.

## Walt Disney en chiffres

**À 90 ans, Mickey n'est toujours pas tombé dans le domaine public.**

**22 :** c'est le nombre d'Oscars que Walt Disney a reçus. À ce jour, ce record n'a pas été battu.

**19 ans :** s'il n'est pas totalement à l'origine de l'apparence de Mickey Mouse, il a en été la voix pendant 19 ans, de 1928 à 1947.

**3D :** en développant la caméra multiplane, Walt Disney est le précurseur de la 3D. Grâce à cette nouvelle machine, on pouvait donner de la profondeur à l'image des dessins animés. Elle a été utilisée pour la première fois en 1937 sur *Le Vieux Moulin* et *Blanche-Neige et les Sept Nains*.

**17 ans :** c'est le temps qu'il a fallu à Walt Disney pour convaincre Pamela L. Travers de lui livrer les droits de *Mary Poppins*, l'oeuvre dont il était le plus fier. Après une lutte acharnée et 4 ans de production, le chef d'oeuvre de 1964 qui avait obtenu 5 oscars est encore aujourd'hui inégalé. On peut d'ailleurs en apprendre plus sur cette histoire dans le film *Dans l'ombre de Mary*, avec Tom Hanks qui campe le rôle de Walt Disney et Emma Thompson celui de Pamela L. Travers.

**5,5 milliards de dollars :** cela représente le revenu en 2016 de la Walt Disney Company uniquement en terme de merchandising. C'est Walt Disney qui lance le premier produit dérivé de franchise avec Mickey dès 1930.

**Walt Disney, c'est le deuxième consommateur d'explosif US après l'armée.**

**Selon une estimation de Forbes, Mickey permettrait à Disney d'engranger quelque 5,8 milliards de dollars par an.** À titre de comparaison, la compagnie a racheté les droits de *Star Wars* pour "seulement" 4,05 milliards de dollars en 2012. La souris qui aurait un taux de notoriété mondiale de 98% auprès des enfants de 3 à 11 ans (supérieur à celui du Père Noël) est en quelque sorte le visage de la compagnie.

Mickey c'est une pièce de 25mm pour la tête et une pièce de 19mm de diamètre pour les oreilles.



Walt Disney's business envelope featured a self-portrait c. 1921

**French roots**

The name of the famous filmmaker and entrepreneur actually has purely French roots. Disney is the anglicized version of "d'Isigny", the name allegedly borne by two Norman soldiers, Hughes d'Isigny and his son Robert, who set out to conquer England alongside William the Conqueror. These distant ancestors of the Disney family strongly inspired Walt who made the flag of Normandy an important part of his world. Moreover, one can find the local lion coat of arms when crossing the castle bridge from Sleeping Beauty at Disneyland Paris or on the castle flag in the introductory clip of all Disney films. In hotels and restaurants of resorts all over the world, if you ask for butter, you will be served the famous Norman butter "d'Isigny".

**A relentless worker**

Before he became the successful filmmaker we know, Walt Elias Disney was none other than the son of a working-class family. From an early age, he got up at 3:30 a.m. to go deliver newspapers with his brother Roy. A letter carrier and doorman in college uniform, a traveling salesman on a Missouri Pacific Railroad train where he developed a passion for steam engines... Walt Disney is a jack of all trades. It is only on Saturday mornings that he takes drawing classes at the Chicago Art Institute. Inspired by all these experiences, he created Main Street, the principal alleyway of his theme parks, in the image of those small American cities of the time in which he learned so much. A steam train can be found in each of the Disneyland parks.

**A true patriot**

In the imagination of many, Walt Disney is above all the founding father of the modern fairy tale. But before creating Mickey Mouse, young Walt went out of his way to join the army during the First World War alongside his brother. Too young to leave, he ended up forging his passport and joining the Red Cross. He was then deployed in France after the armistice and spent some time a few steps away from Marne-La-Vallée, where Disneyland Paris is located today.

**A young entrepreneur**

Walt Disney started doing business very early. In 1920, at the age of 19, he started his first company Iwerks-Disney Commercial Artists with his partner Ub Iwerks, then a new one called Laugh-O-Gram in 1922. There, Walt produced short films from popular fairy tales for local movie theaters. When forced to abandon the project for financial reasons, he moved to Hollywood with his brother to become a photographer. It was finally in 1923 that Walt and Roy, with their Alice in Wonderland shot in live action under their arm, created Disney Brothers Studio and signed for the production of 12 films with a New York distributor.

**The birth of Mickey Mouse**

Mickey Mouse was not always the emblem of Walt Disney's success. Before him, it was Oswald the Lucky Rabbit, an animated hero and popular icon, that took a shine to the screen. Internally, a battle of copyrights and egos is being fought, and Walt is forced to leave out his long-eared character. That's how the idea of a hero with similar traits comes to him. Mickey Mouse, originally named Mortimer and renamed by his wife Lillian Disney, was born from a quick drawing of Walt on the train. He gave him his facetious character and let his partner Ub Iwerks work on the design. After several failures to make his mouse known, Disney decides to venture into the first cartoon with sound: Steamboat Willie. For its production, Disney had to sell his car for 400 dollars and to get the sound synchronization equipment on loan. It was a gamble that paid off, since Steamboat Willie was a national and then worldwide success. Mickey Mouse quickly becomes one of the first registered trademarks of Walt Disney Studios and in 1932, Walt even receives an honorary Oscar for creating the little mouse with big black ears.

**An artist at heart**

Despite taking drawing lessons, Walt has often confessed that he was not a very good draftsman. That's why he always delegated all the manual work to his associates and then to the Imagineers, those highly creative engineers. But his



Movie Studio Head Walt Disney Sitting in Front of Backdrop Filled with Disney Creations

*Walt Disney*

creative genius lies elsewhere. Like a conductor, Walt Disney was in charge of inspiring his team with his wildest ideas and guiding them to make dreams come true. Moreover, in the documentary series Once Upon a Time The Imagineers available on Disney+, the creative teams admit that when Walt died in 1966, it was difficult to create new amusement park attractions. This artist's soul also made him a bad businessman. If he is presented as an exemplary businessman, he often left all the financial and negotiating aspects to his much more down-to-earth brother Roy.

**Walt Disney, the risk taker**

If Walt had had to sell his car for Steamboat Willie, he didn't stop there in terms of risk taking. For Snow White and the Seven Dwarves, the filmmaker - whose studio was not doing very well financially - was almost on the verge of ruin at the end of production. The worldwide success of this first feature film boosted investor confidence and enabled the production of other cult cartoons such as Fantasia and Cinderella. Things took a turn for the worse when Walt Disney wanted to build its first amusement park in California. For the entrepreneur, it was impossible to find financing while the studios were booming. Having a strong belief in his project, he decided to sell his life insurance, his vacation home and asked for help around him. The ABC channel will eventually heed his call in return for him signing a contract for a television show and the production of the series Zorro. ABC financed the park to the tune of \$500,000. After an exceptional start in 1955, the Disneyland theme park branch became the international success story it is today.



Walt and Roy with Academy Award® on November 18, 1932

**Passionate about the future**

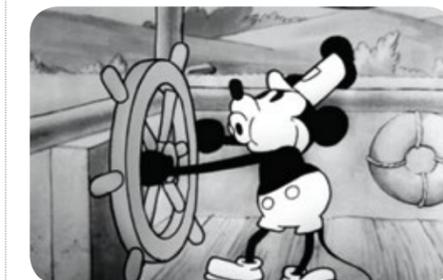
Always ahead of his time, Walt Disney had his eye on the future. Of course there were films, documentaries (he created several of them in partnership with NASA), but also amusement parks. For him, Disneyland would always be a work in progress. That's why, after creating his first park and the Walt Disney World project in Florida, he came up with the idea of building a full-fledged city, politically and economically autonomous and producing its own energy. Walt calls this urban project of the future, with a capacity of 20,000 inhabitants, Experimental Project Community Of Tomorrow or EPCOT. With a giant dome to regulate the climate, pedestrianization with underground roads, renewable energy... Disney had it all planned. Unfortunately, the filmmaker died in the middle of the Walt Disney World construction site and his utopian project never saw the light of day. Instead, his brother, his associates and the Imagineers worked to create a park of the same name, which opened in 1982. It features futuristic attractions, space discoveries, the dinosaur era, travel around the world... EPCOT aims to be a tourist destination that is as entertaining as it is educational.



Walt's Disney's Lost Attraction In Marceline, Missouri



La souris de Mickey dans Steamboat Willie, le premier dessin réalisé avec du son en 1928



**Walt Disney in numbers**

**At 90 years old, Mickey still hasn't fallen into the public domain.**

**22:** that's how many Oscars Walt Disney has won. To this day, this record remains unbroken.

**19 years:** if he is not totally behind Mickey Mouse's image, he was the voice of Mickey Mouse for 19 years, from 1928 to 1947.

**3D:** by developing the multiplane camera, Walt Disney is the precursor of 3D. Thanks to this new machine, it was possible to give depth to the image of cartoons. It was first used in 1937 on The Old Mill and Snow White and the Seven Dwarves.

**17 years:** that's how long it took Walt Disney to convince Pamela L. Travers to sell him the rights to Mary Poppins, the work of which he was most proud. After a hard struggle and 4 years of production, the 5 Oscar winning 1964 masterpiece is still unsurpassed today. You can learn more about this story in the film In Mary's Shadow, starring Tom Hanks as Walt Disney and Emma Thompson as Pamela L. Travers.

**5.5 billion dollars:** that's the Walt Disney Company's revenue in 2016, in terms of merchandising alone. It was Walt Disney that launched the first franchise derivative with Mickey as early as 1930.

**Walt Disney is the second largest consumer of US explosives after the army.**

According to a Forbes estimate, Mickey's would enable Disney to earn some \$5.8 billion a year. By way of comparison, the company bought out the rights to Star Wars for "only" \$4.05 billion in 2012.

**The mouse, which would have a 98% worldwide recognition rate among children aged 3 to 11 (higher than that of Santa Claus), is somehow the face of the company.**

Mickey was designed with a 25mm coin for the head and a 19mm diameter coin for the ears.





## VAN CLEEF & ARPELS LADY ARPELS BALLERINES MUSICALES

Plus qu'une montre, une véritable œuvre d'art qui allie pour la première fois musique et mouvement. Van Cleef & Arpels démontre un fois encore son goût du beau avec cette montre exceptionnelle qui dévoilent une vision inédite du Temps Poétique cher à la maison.



-/ More than a watch, a true masterpiece that combines music and movement. A first. Van Cleef & Arpels once again demonstrates its commitment to beauty with this exceptional timepiece, which reveals an unprecedented vision of the Poetic Time dear to the house.

Inspirée de l'art du ballet, déclinée en trois versions, vert émeraude, rouge rubis et bleu saphir, la Lady Arpels Ballerines Musicales allie pour la première fois la musique et le mouvement.

Fruit du mariage réussi entre prouesses horlogères, métiers d'art et savoir-faire joaillier, son cadran, lové dans un boîtier en or blanc de 43 mm de diamètre, se métamorphose en scène de théâtre. Les diamants esquissent un lustre étincelant alors que les précieux rideaux s'ouvrent à la demande dès que les premières notes de musique se font entendre.

Ainsi, entrent en scène cinq ballerines exécutant leur chorégraphie avec grâce. Un spectacle unique rendu possible grâce à un mouvement mécanique à remontage manuel qui aura demandé pas moins de sept années de développement. Une pure merveille.

-/ Inspired by the art of ballet, available in three versions, emerald green, ruby red and sapphire blue, the Lady Arpels Ballerines Musicales combines music and movement for the first time.

The result of a successful marriage between watchmaking prowess, craftsmanship and jewelry expertise, its dial, coiled in a 43 mm-diameter white gold case, metamorphoses into a theatrical stage. The diamonds evoke a sparkling chandelier, while the precious curtains open on demand as soon as the first notes of music are heard.

Five ballerinas then enter the stage, gracefully performing their choreography. A unique show made possible thanks to a mechanical hand-wound movement that took no less than seven years to be completed. A pure marvel.

# MAIER

maier.fr

Z R C  
1904

LIMITED  
EDITION  
BRONZE  
ORANGE  
MAIER

99 PIECES  
3 750 €



99 RUE PDT HERRIOT 69002 LYON



## Expériences d'entraînement uniques

Profitez d'incomparables cours de cyclisme à domicile, en direct et à la demande - disponibles exclusivement sur le nouveau Technogym Bike.

Appelez-nous au 032 387 05 12 ou visitez [technogym.ch](https://www.technogym.ch)

FIMEX DISTRIBUTION AG | Werkstrasse 36 | 3250 Lyss | 032 387 05 05 | [info@fimex.ch](mailto:info@fimex.ch)  
TECHNOGYM BOUTIQUE ZÜRICH | Pelikanstrasse 5 | 8001 Zürich | 032 387 05 30

**TECHNOGYM**



# COTE MAGAZINE TENDANCES

UNE EXCLUSIVITÉ **PORSCHE GENÈVE** - ROLLS **ROYCE** - GOOD **NEWS** - COVID **FRIENDLY** - TRENDY **SNEAKERS** - LES SMARTIES **ROLEX** - LA MONTRE **ARCEAU** - EN MODE PILOTE - RETOUR VERS **LE FUTUR** - PLANÈTE **JOAILLÈRE**



In another back seat, Omar Sharif and his girlfriend, 1973.

# 24 MOIS DE GARANTIE PORSCHE APPROVED : UNE EXCLUSIVITÉ PORSCHE GENEVE

**Avec la seconde année de garantie Porsche Approved, le Centre Porsche Genève vous promet encore davantage de plaisir de conduite et de sérénité au volant.**

**-/ By offering the second year of the Porsche Approved warranty, the Centre Porsche Genève ensures you even more driving pleasure and serenity at the wheel..**

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



## LA GARANTIE PORSCHE APPROVED

Après avoir passé avec succès le test portant sur 111 points de contrôle, votre bolide sera muni du meilleur et du plus durable des gages de qualité : le label Porsche Approved. Comme sortie d'usine, votre Porsche est prête à parcourir des centaines de kilomètres et vous faire vivre une expérience 100% Porsche. Quelle que soit la route empruntée, Porsche Assistance vous assure un service et une mobilité 24h/24 et 365 jours par an, partout en Europe.

## UNE ÉQUIPE PROFESSIONNELLE

Grâce à l'expertise et au savoir-faire incomparables des techniciens certifiés Porsche, chaque intervention est effectuée avec minutie et professionnalisme dans les ateliers du Centre. Toutes les réparations sont faites avec des pièces d'origine pour préserver la conformité et la longévité de votre Porsche, et vous assurer une sécurité permanente. Votre Porsche ne pourrait être en meilleures mains !

## VOTRE FUTURE PORSCHE À PORTÉE DE CLIC

Avec le moteur de recherche officiel Porsche Finder, qui vous permet de localiser les Porsche immédiatement disponibles, trouvez la perle rare qui vous fera vibrer et vrombir sur toutes les routes d'Europe. L'équipe de vente du Centre se fera un plaisir de vous faire découvrir la gamme sportive.

## PORSCHE@HOME

Parce que votre temps est précieux, l'équipe Porsche@Home prend en charge votre Porsche à votre domicile ou au bureau pour tous vos rendez-vous atelier. N'attendez plus et profitez de ce service exclusif Porsche Genève.

## THE PORSCHE APPROVED WARRANTY

After successfully passing the 111-point test, your car will be fitted with the best and most durable mark of quality: the Porsche Approved label.

As soon as it leaves the factory, your Porsche is ready to travel hundreds of kilometers and provide you with a 100% Porsche experience. No matter which road you take, Porsche Assistance offers you service and mobility 24 hours a day, 365 days a year, anywhere in Europe.

## A PROFESSIONAL TEAM

Thanks to the incomparable expertise and know-how of Porsche-certified technicians, each intervention is carried out with meticulous attention to detail and professionalism in the Centre's workshops. All repairs are made with genuine parts to preserve the conformity and longevity of your Porsche and ensure your safety at all times. Your Porsche couldn't be in better hands!

## YOUR FUTURE PORSCHE AT YOUR FINGERTIPS

With the official Porsche Finder search engine, which allows you to immediately locate available Porsches, find the gem that will make you buzz and roar on every road in Europe. The Centre's sales team will be delighted to introduce you to the sporty range.

## PORSCHE@HOME

Because your time is precious, the Porsche@Home team takes care of your Porsche at your home or office for all your workshop appointments. Don't wait any longer and enjoy this exclusive Porsche Geneva service.

## Les 6 bonnes raisons d'acheter une Porsche d'occasion au Centre Porsche Genève.

24 mois de garantie

Porsche Assistance 24h/24

Label Porsche Approved



Techniciens certifiés Porsche

Utilisation de pièces d'origine

Offre de reprise de votre ancien véhicule



**PORSCHE**  
Centre Porsche Genève

# GOOD NEWS

Crème de la crème de l'excentricité design, des envies d'ailleurs, d'un autre monde et d'un savoir-faire poussé à son paroxysme, ces expériences, objets et autres meubles pur luxe, ont de quoi nous faire envie pour bien commencer 2021.

-/ La Crème de la crème in terms of design eccentricity, dreams of faraway places, of another world, of know-how taken to its paroxysm, these experiences, objects and other pure luxury furniture are the perfect way to start 2021 on a good note.



## THE GROVE XXIII

Propriétaire d'un club de golf en Floride baptisé The Grove XXIII (le fameux «chiffre 23» de son maillot des Bulls), Michael Jordan prodigue un service très particulier à ses membres, avec la possibilité de se faire livrer à boire et à manger via des drones directement sur le fairway. **Envie d'aller vivre cette expérience par vous-mêmes ?** Impossible. Le club de Michael Jordan pratique une sélection draconienne à l'entrée, et il ne compterait, à l'heure actuelle, qu'une centaine d'adhérent.

## -/ THE GROVE XXIII

As the owner of a golf club in Florida called The Grove XXIII (referring to the famous «number 23» on his Bulls jersey), Michael Jordan provides a very special service to his members, with the possibility of having food and drinks delivered directly to the fairway via drones. **Feel like experiencing this by yourselves?** Not a chance. Michael Jordan's club has a drastic admission policy, and only about 100 members are said to be currently registered. Another world.



## TIFFANY ACQUIERT UN DIAMANT DE 80 CARATS

Tiffany acquiert un diamant exceptionnel de 80 carats et ré-imaginaire le collier historique de l'exposition universelle de New York de 1939.

Tiffany dévoilera le collier de diamants, sa pièce la plus chère à ce jour, en 2022, pour la réouverture de sa boutique emblématique de la 5<sup>ème</sup> Avenue entièrement réinventée, écrivant à nouveau une page de l'histoire, comme le collier original l'avait fait lors de sa présentation à l'Exposition universelle du Queens, New York, voici près d'un siècle.

## -/ TIFFANY ACQUIRES AN EXCEPTIONAL 80-CARAT DIAMOND

Tiffany acquires an exceptional 80 carat diamond and re-imagines the historic necklace from the 1939 New York World's Fair.

Tiffany will unveil the diamond necklace - its most expensive piece to date - in 2022, for the reopening of its iconic 5<sup>th</sup> Avenue boutique, which has been completely reinvented, writing history once again, just as the original necklace did when it was presented at the World's Fair in Queens, New York, nearly a century ago.



## UNE TABLE DE JEUX HERMÈS

Réalisé en chêne naturel, cette sublime table intègre deux plateaux de jeux réversibles en marqueterie de cuir, sur lesquelles faire des parties de cartes, d'échecs, de backgammon... Avec en prime des compartiments en cuir taurillon H qui renferment des pions, des dés et des jetons.

## -/ A HERMÈS GAMING TABLE

Made of natural oak, this sublime table integrates two reversible leather inlaid game boards on which to play cards, chess, backgammon... With a bonus: H bull leather compartments that contain pawns, dice and tokens.

## PIANO STEINWAY X LENNY KRAVITZ

Lenny Kravitz Expert en musique et décoration d'intérieur s'inspire de l'Afrique, sa peinture et sa sculpture, mais aussi de tissus qui font échos à une certaine scène parisienne dans les années 1920.

## -/ A STEINWAY X LENNY KRAVITZ PIANO

Lenny Kravitz creates a piano alongside Steinway. It is inspired by Africa, its painting and sculpture, but also by fabrics that echo a certain Parisian scene in the 1920s.



## UN COFFRET BEIGE X LES MAISONS D'ART DE CHANEL

Ode à la couleur fétiche de Gabrielle Chanel, ce coffret en édition ultra-limitée met à l'honneur les Maisons d'art. Pourvu d'un parfum contenu dans un flacon en cristal de Baccarat, il est tapissé d'une création de la Maison Lemarié, plumassier et fleuriste depuis 1880, qui conçoit notamment les camélias de la Maison CHANEL.

## -/ A BEIGE BOX SET X LES MAISONS D'ART DE CHANEL

An ode to Gabrielle Chanel's favourite colour, this ultra-limited edition boxed set honours the Houses of Art. The perfume is contained in a Baccarat crystal bottle and is covered with a creation by Lemarié, plumbers and florists since 1880, who have designed the camellias of the House of Chanel.



## UN WEEK-END À NEW YORK DANS LE NOUVEL AMAN

Situé au croisement de la 5<sup>ème</sup> avenue et de la 57<sup>ème</sup> rue, ce nouvel hôtel a élu domicile dans un immeuble néoclassique Beaux-Arts. Surplombant Central Park, il rassemble 83 chambres, 19 appartements privés, trois restaurants mais aussi un spa fantastique tourné vers la skyline. Autant de bonnes raisons d'y booker une suite aux beaux jours.

## -/ A WEEKEND IN NEW YORK IN THE NEW AMAN

Located at the intersection of 5<sup>th</sup> Avenue and 57<sup>th</sup> Street, this new hotel is housed in a neoclassical Beaux-Arts building. Overlooking Central Park, it has 83 rooms, 19 private apartments, three restaurants and a fantastic skyline-oriented spa. So many good reasons to book a suite there on sunny days.



## BVLGARI X DOM PÉRIGNON

Seules quatre éditions limitées de Bvlgari Serpenti x Dom Pérignon Rosé seront créées, disponibles uniquement sur demande à Londres, Milan et Tokyo.

-/ Just four Bvlgari Serpenti x Dom Pérignon Rosé Limited Editions will be created, available only on demand beginning in 2021, in London, Milan and Tokyo.

## RICHARD MILLE AND DESERT X 2021

« Desert X » supprime au sens propre tous les murs susceptibles d'enfermer les artistes contemporains et illustre parfaitement l'engagement de Richard Mille à faire entrer l'art et l'artisanat de la haute horlogerie dans un nouveau domaine.

Des projets récemment commandés à treize artistes, originaires de huit pays, se concrétiseront sur le terrain du 12 mars au 16 mai 2021. Destinée à les accompagner, une solide série de programmes publics et éducatifs contribuera à élargir la portée de l'exposition en direction du public international. Produit par Desert X et Richard Mille, le film Desert X 2021, sera présenté en première mondiale sur de multiples plateformes.

-/ "Desert X's literal removal of any walls that may have restricted today's contemporary artists aligns with Richard Mille's commitment to take the art and craft of fine watchmaking into a new realm". Newly commissioned projects by thirteen artists, from eight countries, will take shape on the land, from March 12 through May 16, 2021. A robust series of public and educational programs will accompany the artists' projects and help broaden the exhibition's reach to international audiences. A Desert X 2021 film, produced by Desert X and Richard Mille, will premiere globally across multiple platforms.



# COVID FRIENDLY WITH STYLE

Quitte à respecter les gestes barrières autant le faire avec style !

-/ If you're going to respect barrier gestures, you might as well do it in style!



## Le désinfectant - MIZENSIR

En pleine période de confinement le Maître parfumeur Alberto Morillas a créé un gel hydroalcoolique parfumé. Selon la formule du docteur Pittet, ce désinfectant pour les mains associé aux fragrances Mizensir est sans conteste le meilleur !

-/ In full period of confinement the Master perfumer Alberto Morillas created a perfumed hydroalcoholic gel. According to the formula of Doctor Pittet, this hand disinfectant associated with Mizensir fragrances is without question the best!

## Désinfectant pour les mains Sunset Fleur - HAAN

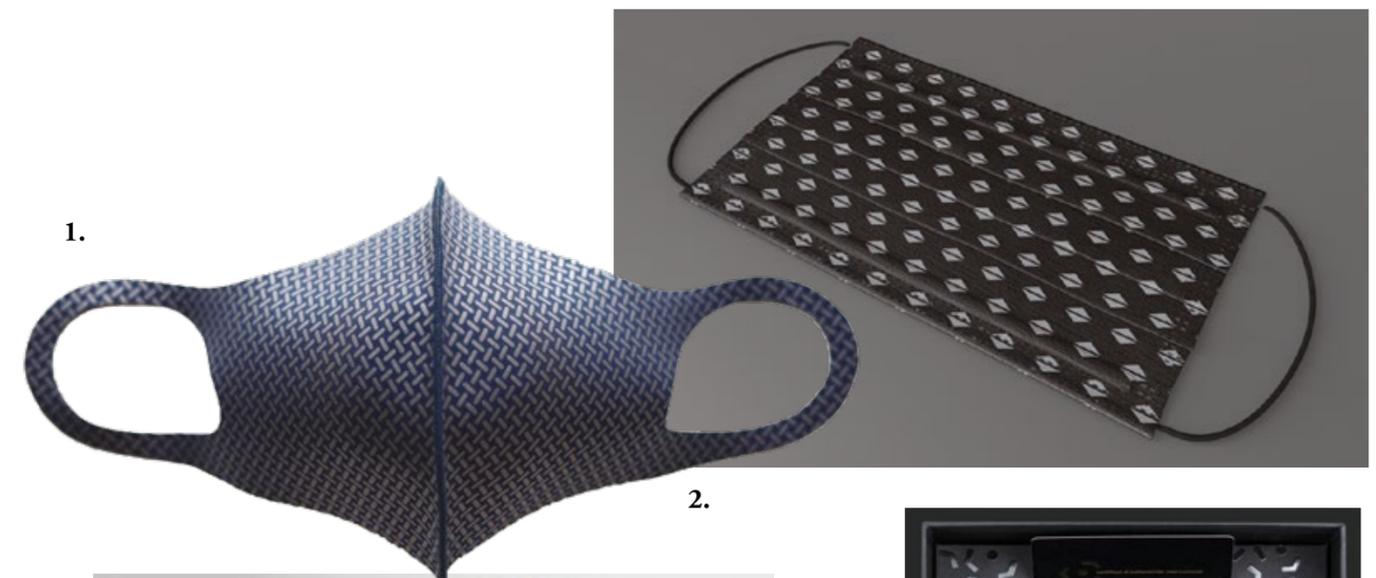
## Résurrection des Mains Sans Rinçage - AËSOP

## Gel désinfectant - POZÈNE

Antibacterial gel

## Gel hygiène douceur de mains Abeille Royale - GUERLAIN

Gel hygiène douceur de mains Abeille Royale Guerlain



1.

2.



3.



4.



5.

## 1. Masque chauffant - KT HOME

-/ Particle retention capacity >99% (Tested according to DIN EN 14683:2019-10, Annex B)

## 2. Masque hygiénique jetable, 3 couches - MOMASK

Capacité de rétention des particules >99% (Testé selon la norme DIN EN 14683:2019-10, Annexe B)

-/ Particle retention capacity >99% (Tested according to DIN EN 14683:2019-10, Annex B)

[momask.ch](http://momask.ch)

## 3. Depuis 2013 l'artiste Zhijun Wang détourne des baskets pour en faire des « masques œuvre d'art » en pièce unique, allant jusqu'à 5000\$ et parfois même exposés dans les plus grands musées comme le Moma à New York.

-/ Particle retention capacity >99% (Tested according to DIN EN 14683:2019-10, Annex B)-/ Particle retention capacity >99% (Tested according to DIN EN 14683:2019-10, Annex B)-/ Particle retention capacity >99% (Tested according to DIN EN 14683:2019-10, Annex B)

## 4. Reflective Moon Face Mask - R-PUR X MARINE SERRE

Le masque le plus branché et capable de filtrer 99,98 % de l'air ambiant

-/ The trendiest mask and capable of filtering 99.98% of the ambient air

## 5. Immunity - PRANA PATCH

Le Patch Prana se colle dans votre masque et diffuse des huiles essentielles qui boostent le système immunitaire.

-/ The Prana Patch sticks in your mask and diffuses essential oils that boost the immune system

[pranapatch.com](http://pranapatch.com)

# Bal du Printemps

POUR LA RECHERCHE EN PARAPLÉGIE

## Le Printemps 2021 au profit de la recherche en paraplégie

En raison de la situation sanitaire, le Bal du Printemps se réinvente tout au long du printemps 2021 sur le thème gourmand du chocolat, avec l'édition du Programme en mars, le tirage au sort de la Loterie en avril, une Vente aux Enchères online courant mai et un Cocktail dînatoire le vendredi 18 juin 2021 à l'Hôtel Président Wilson, Genève.

### RECHERCHE

#### SOUTENEZ L'IRP

Faire un don pour soutenir la recherche est un acte solidaire qui permet à notre fondation de financer des projets de recherche en neurosciences afin d'améliorer le quotidien des personnes para- et tétraplégiques.

### LOTERIE

#### TENTEZ VOTRE CHANCE

Les billets sont en vente au prix de Fr. 25.- par billet ou Fr. 100.- pour un carnet de 4 billets sur le site [www.irp.ch](http://www.irp.ch)

274 lots prestigieux pour plus de Fr. 150'000.- offerts généreusement par nos donateurs, maisons et grandes marques partenaires. Tirage au sort le mercredi 14 avril avec publication des numéros gagnants sur le site [www.irp.ch](http://www.irp.ch)

### ENCHÈRES

#### MISEZ ONLINE

Tous les lots offerts par nos généreux donateurs seront dévoilés mi-avril sur notre site [www.irp.ch](http://www.irp.ch) avec la possibilité de miser en ligne jusqu'à l'adjudication finale par notre commissaire-priseur le vendredi 18 juin 2021 à l'Hôtel Président Wilson à Genève.

### COCKTAIL

#### PARTICIPEZ À L'ÉVÈNEMENT

La traditionnelle soirée de gala du 21 mars ne pouvant avoir lieu pour des raisons sanitaires c'est un cocktail dînatoire qui clôturera le printemps le vendredi 18 juin 2021 à l'Hôtel Président Wilson sur le thème enchanteur et gourmand *Au Pays de la Chocolaterie*.



### RECHERCHE

Soutenez l'IRP

### LOTERIE

Tentez votre chance

### ENCHÈRES

Misez online

### COCKTAIL

Participez à l'événement

Au Pays  
de la  
Chocolaterie

PRINTEMPS 2021

LOTERIE : 284 lots à gagner pour plus de Fr. 150'000.-.  
Billet Fr. 25.-. Tentez votre chance!

INFORMATIONS ET RÉSERVATIONS :  
[www.irp.ch](http://www.irp.ch) - T. +41 22 349 03 03 - [info@irp.ch](mailto:info@irp.ch)

# TRENDY SNEAKERS

Entre collaborations, séries limitées et reventes, les sneakers sont bien plus que de simples chaussures... Un véritable business !

-/ Between collaborations, limited editions and resales, sneakers are much more than just shoes... A real business!

## JORDAN RELEASE DATES



**Air Jordan 1 "University Blue"**  
20 Février 2021 -/ February 20<sup>th</sup>, 2021



**Air Jordan 1 Low "Chinese New Year"**  
31 Janvier 2021 -/ January 31<sup>st</sup>, 2021



**Air Jordan 1 Retro High OG**  
9 Janvier 2021 -/ January 9<sup>th</sup>, 2021



**Air Jordan 5 Low "Chinese New Year"**  
3 Janvier 2021 -/ January 3<sup>rd</sup>, 2021

Melody Ehsani x Air Jordan 1 Mid SE Fearless



## LÉGENDES

1. Air Jordan 1 High Dark Mocha
2. NMD Human Race x Human Made
3. Yeezy Boost 350 V2 Zebra
4. 327 Casablanca Green
5. Vaporwaffle Sacai Villain Red Neptune Green
6. Air Jordan 1 Retro High UNC Patent
7. Air Jordan 1 Retro High Off-White University Blue
8. Air Jordan 1 High Dior
9. SB Dunk Low Frame Skate Habibi
10. Chuck Taylor All-Star Hi Off-White "The Ten"
11. Yeezy 700 Magnet
12. SB Dunk Low Grateful Dead Bears Green
13. Yeezy 700 Wave Runner Solid Grey
14. SB Dunk Low Ben & Jerry's Chunky Dunky
15. Air Jordan 1 Retro High Flight Nostalgia
16. Air Jordan 1 Retro High Off-White Chicago "The Ten"

Où les trouver?  
wethenew.com  
backdoorgeneva.com  
@kicksbyaviel



# LES SMARTIES DE LA COURONNE

-/ IN PILOT MODE

Parmi les nouveautés 2020 de Rolex, une série étonnante d'Oyster Perpetual de 36 mm de diamètre taillées dans un bloc d'acier.

-/ Among the new 2020 Rolex products is a stunning series of 36mm diameter Oyster Perpetuals cut from a block of steel.



## ÉTONNANTES CAR ELLES SORTENT DE LA ZONE DE CONFORT DE LA MYTHIQUE MARQUE À LA COURONNE.

Qui aurait pu imaginer il y a quelques mois que Rolex proposerait une série d'Oyster avec des cadrans, rose bonbon, jaune vif, vert sapin, rouge corail ou turquoise ? Et pourtant, ce colorama audacieux est désormais disponible et fait la joie des collectionneurs. Autant de Rolex amusantes, séduisantes et déjà surnommées « smarties » par certains spécialistes.

### Amusantes mais d'excellente facture !

En acier, doté d'une lunette bombée, le boîtier étanche à 100 mètres abrite le calibre 3230 automatique. Une mécanique de haut vol entièrement développée en interne offrant une réserve de marche de 70 heures et la précision d'un Chronomètre Superlatif de l'ordre de -2/+2 secondes par jour.

## -/ ASTONISHING BECAUSE THEY FALL OUTSIDE THE MYTHICAL CROWN BRAND'S COMFORT ZONE.

Who could have imagined a few months ago that Rolex would offer a series of Oyster with candy pink, bright yellow, fir green, coral red or turquoise dials? And yet, this daring colorama is now available and is a collector's delight. So many fun, seductive Rolexes already nicknamed "smarties" by some specialists.

### Funny but beautifully crafted!

Made of steel, with a curved bezel, the case is water-resistant to 100 meters and houses the automatic caliber 3230. A high-flying mechanism developed entirely in-house offers a 70-hour power reserve and the precision of a Superlative Chronometer of around -2/+2 seconds per day.



## Nouvel EQA. Pour la prochaine génération.

Une technologie fascinante pour une toute nouvelle expérience de conduite. Avec son puissant moteur électrique et sa batterie lithium-ion haute tension, le Nouvel EQA vous procure un plaisir de conduite efficient.

- 426 km d'autonomie
- charge en 30 minutes

Nouvel EQA  
À PARTIR DE  
CHF 48'900.-



Mercedes-Benz

The best or nothing.



AUTOMOBILES  
CAVENG

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



# LA MONTRE ARCEAU... OU LE TEMPS AU GALOP

-/ GALLOPING TIME

Lancée en 1978, la montre Arceau s'est rapidement imposée grâce à son style unique inspiré du monde équestre. Un garde-temps qui ne ressemble à aucun autre devenu le pilier créatif de La Montre Hermès.

-/ Launched in 1978, the Arceau watch quickly made a name for itself thanks to its unique style inspired by the equestrian world. A timepiece unlike any other that has become the creative pillar of La Montre Hermès.

La tradition horlogère de la maison Hermès remonte aux années 1920. Époque à laquelle il s'agissait juste de dessiner des montres avant de les faire équiper de calibres signés par des manufactures comme Jaeger-LeCoultre, principalement.

-/ The Hermès watchmaking tradition dates back to the 1920s. At that time it was just a matter of designing watches before having them fitted with calibres signed by manufacturers such as Jaeger-LeCoultre, mainly.

Tout a changé en 1978. Une date très importante pour Hermès. En effet, cette année-là, le charismatique Jean-Louis Dumas, déjà directeur général d'Hermès, est nommé président suite au décès de son père. C'est également le temps de la création de la filiale La Montre Hermès SA, dont les ateliers s'installent à Bienne, en Suisse.

L'harnacheur devient dès lors un vrai horloger...

Nous sommes toujours en 1978, Hermès jette un pavé dans la mare. Ce pavé est une montre, l'Arceau dessinée par Henri d'Origny. Dessinateur féru de cheval, âme créative d'Hermès, cela fait déjà 20 ans qu'il œuvre pour la maison.

Avec l'Arceau, il crée du jamais vu. La montre est à la fois joueuse et raffinée. Caractérisée par un cadran doté de chiffres penchés, une typographie inspirée du mouvement si fascinant d'un cheval lancé au galop, sa lunette est très fine et ses anses asymétriques sont inspirées de la forme d'un étrier.

Le succès est immédiat mais elle reste longtemps inchangée. Il faudra attendre 1996 pour découvrir de nouvelles versions. Du quartz et du plaqué or, elle passe à l'or et à la mécanique horlogère allant jusqu'aux complications les plus prestigieuses, un chronographe, un calibre squelette, un tourbillon... Son boîtier lui aussi évolue et se décline en différentes tailles afin de passer d'un poignet masculin à celui d'une femme. Bref, l'Arceau s'impose comme le pilier créatif de La Montre Hermès. Parmi ses nombreuses déclinaisons, les plus récentes représentent un véritable hommage à la belle horlogerie...



#### ARCEAU HORSE

En acier, de 36 mm de diamètre, son cadran en cuir est orné de 395 mini clous afin de former un motif cheval. Un magnifique hommage au savoir-faire du sellier-marquinier animé par un mouvement à quartz swiss made.

Everything changed in 1978. A very important date for Hermès. Indeed, that year, the charismatic Jean-Louis Dumas, already CEO of Hermès, was appointed Chairman following the death of his father. It was also the time when the subsidiary La Montre Hermès SA was created, with workshops in Biel, Switzerland.

From then on, the harness maker became a true watchmaker...

We are still in 1978, Hermès throws a stone in the pond, namely the Arceau watch, designed by Henri d'Origny. A horse-loving draftsman, the creative soul of Hermès, he had already been working for the house for 20 years.

With l'Arceau, he creates something never seen before. The watch is both playful and refined. Characterized by a dial with slanted numerals, a typography inspired by the fascinating movement of a galloping horse, its bezel is very thin and its asymmetrical handles are inspired by the shape of a stirrup.

It's an instant success that remains unchanged for a long time. One will have to wait until 1996 to discover new versions. From quartz and gold-plated, it went on to gold and mechanical watchmaking, including the most prestigious complications, a chronograph, a skeleton caliber, a tourbillon... Its case also evolved and was available in different sizes to go from a man's wrist to that of a woman. In a nutshell, the Arceau is the creative pillar of La Montre Hermès.

Among its many variations, the most recent ones are a true tribute to beautiful watchmaking...



#### ARCEAU PETITE LUNE

En acier, de 38 mm de diamètre, son cadran en nacre et sa lunette s'illuminent d'un jeté de diamants et de saphirs. 87 pierres au total qui semblent avoir été soufflées par une brise légère. Une mise en scène réussie qui dissimule un mouvement automatique, le calibre manufacture H1837.



#### ARCEAU SQUELETTE

En acier, de 40 mm de diamètre, son cadran en verre saphir fumé dégradé laisse apparaître avec subtilité le mouvement automatique entièrement squeletté. Une mécanique aux allures d'une dentelle qui met en majesté ses ponts et ses rouages. Un spectacle fascinant et swiss made.



#### ARCEAU GRANDE LUNE

En acier, de 43 mm de diamètre, son cadran inédit bleu soleillé affiche avec une extrême élégance un calendrier complet. Au programme, les jours et mois par guichets, la date par aiguille et enfin un indicateur des phases de lune. Le tout rendu possible par un mouvement automatique swiss made.

#### ARCEAU LIFT TOURBILLON RÉPÉTITION MINUTES

En or rose, de 43 mm de diamètre, la découpe en forme de cheval du cadran laqué blanc lève le voile sur un mouvement d'exception. Le calibre manufacture H1924 à remontage manuel doté d'un échappement à tourbillon dont la cage est située à 6 heures et d'un mécanisme de sonnerie. En effet, à la demande, cette Arceau traduit le temps en musique en sonnant sur deux timbres les heures, les quarts et les minutes.



# UNE PREMIÈRE POUR UNE ICÔNE

-/ A FIRST FOR AN ICON

La célèbre Royal Oak se décline aujourd'hui à l'infini et pourtant... Il lui manquait une complication. Il y a à peine quelques semaines a été présentée par Audemars Piguet la première Royal Oak dotée d'un tourbillon volant automatique.

-/ The famous Royal Oak is nowadays available in an infinite number of variations, and yet... it lacked a complication. Just a few weeks ago, Audemars Piguet presented the first Royal Oak with an automatic flying tourbillon.

[www.audemarspiguet.com](http://www.audemarspiguet.com)



## ON EN PRÉSENTE PLUS LA ROYAL OAK CRÉÉE PAR AUDEMARS PIGUET EN 1972 SELON UN DESSIN DE GÉRALD GENTA.

La première montre sport-chic de l'histoire de l'horlogerie moderne aussi à l'aise sur un terrain de sport qu'à l'occasion d'un dîner en ville. Elle crée portant ici la surprise dans cette version dotée d'un tourbillon volant automatique dont la cage est située à 6 heures. Un exploit rendu possible grâce à la mise au point du calibre manufacture 2950 visible à travers le fond saphir de la pièce. Le moyen idéal de laisser apparaître son excellente facture ainsi que ces décorations raffinées telles que des Côtes de Genève.

Une pièce exceptionnelle disponible au choix en acier, titane et or rose, de 41 mm de diamètre, enrichie d'un élégant cadran sablé motif tapisserie soleil, qui s'impose comme la digne héritière de la première Royal Oak tourbillon lancée en 1997.

## -/ THE ROYAL OAK CREATED BY AUDEMARS PIGUET IN 1972 BASED ON A DESIGN BY GÉRALD GENTA NEEDS NO INTRODUCTION.

The first sport-chic watch in the history of modern watchmaking, as comfortable on a sports field as it is at a dinner party in town. And yet, this version with an automatic flying tourbillon featuring a cage at 6 o'clock is a surprise.

A feat made possible by the development of the Manufacture caliber 2950 visible through the sapphire case-back. The ideal way to reveal its excellent craftsmanship as well as its refined decorations reminiscent of Côtes de Genève. An exceptional timepiece available in a choice of steel, titanium and pink gold, 41 mm diameter, enriched by an elegant sandblasted dial with a sunburst tapestry motif, making it the worthy heir to the first Royal Oak tourbillon launched in 1997.

BEAUVALLON  
• CHÊNE-BOUGERIES •

naef Prestige | Knight Frank



## BEAUVALLON, CHÊNE-BOUGERIES Appartement en Duplex de 450 m<sup>2</sup> utiles dans une résidence luxueuse avec architecture et services d'exception

Vaste espace jour avec vue du parc et du Salève donnant sur une terrasse et un grand jardin privatif  
Rez inférieur de 190 m<sup>2</sup> avec jours naturels (patios de lumière),  
espaces pour cinéma, salle de jeux, bibliothèques, etc.

Finitions très haut-de-gamme

Services exclusifs, tels que piscine intérieure, sauna, hammam et salle de sport  
Concierge sur place, résidence sécurisée et système domotique de pointe

PRIX SUR DEMANDE  
Ref. 33239

Naef Prestige Knight Frank Genève  
Camille Onkelinx | [geneve@naefprestige-knightfrank.ch](mailto:geneve@naefprestige-knightfrank.ch) | +41 22 839 38 88  
[beauvallon.ch](http://beauvallon.ch)

FM  
MANAGEMENT  
à votre service dans tous les métiers de l'immobilier.

# REVERSO

## TIMELESS STORIES SINCE 1931

Créée il y a 90 ans, la Reverso a toujours été moderne, affichant son identité propre, sans compromis, durant neuf décennies de progrès social, d'évolution des goûts et d'avancées technologiques.

-/ Created 90 years ago, the Reverso has always been modern, asserting its own identity, without compromise, throughout nine decades of social progress, changing tastes and technological advances.

www.jaeger-lecoultre.com



Heritage Reverso First, 1931

Au cours des 30 dernières années, grâce à la recrudescence de l'horlogerie mécanique et à l'épanouissement des métiers d'arts, la Reverso a atteint un potentiel inimaginable au temps de sa création. En tant que modèle de design Art déco particulier, elle est devenue une icône à l'état pur. En 2021, Jaeger-LeCoultre rend hommage à une montre d'une longévité exceptionnelle.

### L'HISTOIRE D'UNE ICÔNE

L'histoire de la Reverso commence par un défi : créer une montre-bracelet pouvant être portée sur un terrain de polo sans être cassée.

En 1931, César de Trey, entrepreneur prospère, se rapproche de Jacques-David LeCoultre pour produire cet objet rare et, grâce à ses liens avec Jaeger, un designer industriel français, René-Alfred Chauvot, fut engagé pour dessiner le boîtier. Le succès fut immédiat, mais au fil du temps, l'avènement des montres à quartz estompa quelque peu l'intérêt pour la Reverso. Ce jusqu'en 1975, où elle renaît officiellement de ses cendres.

Jaeger-LeCoultre décide de reprendre la production du boîtier en interne, et demande en 1981 à l'un de ses ingénieurs, Daniel Wild, d'adapter son design aux standards techniques modernes.

En 1994, la Reverso Duoface fut conçue : une expression unique du double fuseau horaire, avec l'heure locale sur le cadran recto celle d'un fuseau horaire différent sur le verso. Ce modèle fut suivi en 1997 par la Reverso Duetto, une interprétation féminine du concept de double cadran.

-/ Over the last 30 years, thanks to the resurgence of mechanical watchmaking and the flourishing of the arts and crafts, Reverso has achieved a potential that was unimaginable at the time of its creation. As a distinctive Art Deco design model, it has become a pure icon. In 2021, Jaeger-LeCoultre pays tribute to a watch of exceptional longevity.

### THE STORY OF AN ICON

The story of the Reverso begins with a challenge: to create a wristwatch that can be worn on a polo field without being broken. In 1931, César de Trey, a successful entrepreneur, approached Jacques-David LeCoultre to produce this rare object and, thanks to his ties with Jaeger, a French industrial designer, René-Alfred Chauvot, was hired to design the case. Success was immediate, but as time went on, the advent of quartz watches somewhat dampened interest in the Reverso. This lasted until 1975, when it officially rose from its ashes.

Jaeger-LeCoultre decided to resume in-house production of the case, and in 1981 asked one of its engineers, Daniel Wild, to adapt its design to modern technical standards.

In 1994, the Reverso Duoface was designed: a unique expression of the double time zone, with local time on the dial on the front and a different time zone on the back. This model was followed in 1997 by the Reverso Duetto, a feminine rendition of the double dial concept.



Heritage Reverso Cordonnet, 1933

Heritage Reverso Beuté Indienne, 1936



Heritage Reverso Tryptique, 2006. Recto Open.



Heritage Reverso Tryptique, 2006. Verso.

### UNE HISTOIRE DE STYLE ET DE DESIGN

À une époque où les cadrans colorés étaient rares dans le secteur horloger, la possibilité de choisir des cadrans rouge vif, marron chocolat, bordeaux ou laqué bleu rendait la Reverso encore plus moderne et unique.

Mais la clé du succès du design réside surtout dans les proportions du boîtier rectangulaire d'origine. Le ratio longueur/largeur était inspiré de la règle du « juste milieu », un rapport mathématique unique défini par les anciens grecs, que les humains trouvent instinctivement comme le ratio aux proportions les plus esthétiques.

### UNE HISTOIRE DE SAVOIR-FAIRE

Parmi les exemples des années 1930 de la collection musée Jaeger-LeCoultre figurent une Reverso décorée de l'emblème du British Racing Drivers Club, une pièce avec les armoiries du Eton College, ainsi qu'une Reverso de 1935 qui commémore le record de vol de Mexico à New York par l'aviatrice Amelia Earhart. En Inde, le maharaja de Kapurthala commanda 50 montres Reverso ornées d'un portrait peint miniature de sa femme dans le fond de boîtier en émail.

En 1996, la Maison lance ses premières montres décorées en émail Grand Feu des temps modernes. Grâce à la Reverso, la manufacture put approfondir son expertise en matière de grandes complications : le défi supplémentaire repose sur les mouvements rectangulaires, car ils nécessitent une architecture différente des mouvements ronds plus traditionnels utilisés pour les complications. Polyvalente et intemporelle, la Reverso est l'une des montres-bracelets les plus reconnaissables au monde.

Bien plus qu'une simple montre, la Reverso a mérité son titre de véritable icône du design du XX<sup>e</sup> siècle.

### -/ A HISTORY OF STYLE AND DESIGN

At a time when colored dials were rare in the watchmaking industry, the possibility of choosing bright red, chocolate brown, burgundy or blue lacquered dials made the Reverso even more modern and unique.

But the key to the design's success lies above all in the proportions of the original rectangular case. The length/width ratio was inspired by the "golden number" rule, a unique mathematical ratio defined by the ancient Greeks, which humans instinctively find to be the most aesthetically pleasing ratio.

### A HISTORY OF KNOW-HOW

Examples from the 1930s in the Jaeger-LeCoultre Museum collection include a Reverso bearing the emblem of the British Racing Drivers Club, a piece with the coat of arms of Eton College, and a 1935 Reverso commemorating the record flight from Mexico City to New York by aviator Amelia Earhart. In India, the Maharaja of Kapurthala ordered 50 Reverso watches with a miniature painted portrait of his wife in the enamel case back.

In 1996, the House launched its first watches adorned in modern-day Grand Feu enamel. Thanks to the Reverso, the Manufacture was able to deepen its expertise in grand complications: the additional challenge lies in the rectangular movements, as they require a different architecture from the more traditional round movements used for complications. Versatile and timeless, the Reverso is one of the most recognizable wristwatches in the world.

More than just a watch, the Reverso has earned its title as a true icon of 20<sup>th</sup> century design.

# NOUVEAUTÉS UN GROUPE, UN SALON

-/ NEWS A GROUP, A SHOW

Lorsque les marques horlogères majeures du groupe LVMH se réunissent afin de présenter leurs nouveautés, on parle d'un véritable salon baptisé LVMH Watch Week.

-/ When the major watch brands of the LVMH Group come together to present their new products, there is talk of a true trade show called LVMH Watch Week.



## BVLGARI

Lever de rideau sur un tout nouveau mouvement Répétition Minutes à trois marteaux, logé dans un boîtier Octo Roma pour un résultat remarquable. L'Octo Roma Carillon Tourbillon est en effet une nouvelle montre à sonnerie qui se distingue par son interprétation contemporaine et ses capacités sonores. Proposée en titane DLC, de 44 mm de diamètre, montée sur un bracelet en caoutchouc et éditée à seulement 15 exemplaires, elle sonne suffisamment fort grâce à la bonne idée technique du moment... Celle de fixer le timbre, non pas sur le mouvement, mais sur le boîtier.

-/ The curtain rises on an all-new three-hammered Minute Repeater movement housed in an Octo Roma case for a remarkable result. The Octo Roma Carillon Tourbillon is indeed a new striking watch that stands out for its contemporary interpretation and sound capabilities. Available in DLC titanium, 44 mm in diameter, mounted on a rubber strap and produced in a limited edition of only 15 pieces, it sounds loud enough thanks to the clever technical idea of the moment... that of fixing the timbre, not on the movement, but on the case.

Après le succès de l'édition inaugurale de la LVMH Watch Week à Dubaï l'année dernière, les Maisons horlogères du groupe, Bvlgari, Hublot, Zenith et TAG Heuer, ont partagé leurs dernières créations et nouveautés avec la presse et les clients du monde entier pour démarrer l'année sur une dynamique positive.

Une bonne initiative face à la crise sanitaire qui s'est bien entendu adaptée au fil d'une succession de rencontres virtuelles qui se sont déroulées du 25 au 29 janvier derniers. Morceaux choisis...



## HUBLOT

Mise en avant de la philosophie Maison qui consiste à toujours être "premier, unique et différent". Si depuis 2015, Hublot maîtrise la production et l'usinage du saphir et le développement de couleurs exclusives, la manufacture fait un pas en avant avec la Big Bang Tourbillon Automatic Orange Sapphire. Une première mondiale à travers une nouvelle nuance de saphir teinté, associée à un tourbillon automatique. Au programme, un boîtier de 45 mm de diamètre abritant le calibre squelette MHUB6035, monté sur un bracelet structuré et ligné en caoutchouc transparent.

-/ Highlighting the House philosophy of always being "first, unique and different": While Hublot has mastered the production and machining of sapphire since 2015 and the development of exclusive colors, the company has taken a step forward with the Big Bang Tourbillon Automatic Orange Sapphire. A world first with a new shade of tinted sapphire, associated with an automatic tourbillon. The program includes a 45 mm-diameter case housing the skeleton caliber MHUB6035, mounted on a structured and lined transparent rubber strap.



## ZENITH

Une année placée sous le thème du chronomètre au fil de trois lignes, Revival pour des rééditions vintage, Classique pour une allure plus dressy et enfin Sport. Gros plan sur le nouveau Chronomètre Sport : Une pièce qui puise dans son héritage tout en étant contemporaine. Animée du célèbre mouvement El Primero, chronographe automatique indiquant le 10ème de seconde, elle est proposée dans un boîtier de 41 mm de diamètre en acier avec une lunette en céramique et montée au choix sur un bracelet en acier ou en caoutchouc effet Cordura. A noter, un cadran noir ou blanc à trois compteurs auxiliaires de différentes couleurs comme c'était le cas pour les chronographes El Primero originels de 1969.

-/ The year's theme was chronometer, over three lines: Revival for vintage re-editions, Classic for a more dressy look, and finally Sport. Close-up on the new Chronometer Sport: a timepiece that draws on its heritage while being contemporary. Powered by the famous El Primero movement, an automatic chronograph indicating one-tenth of a second, it comes in a 41 mm diameter steel case with a ceramic bezel and mounted on a steel or Cordura effect rubber strap. Note the black or white dial with three auxiliary counters in different colors, as on the original 1969 El Primero chronographs.

-/ After the success of the first LVMH Watch Week in Dubai last year, the Group's watch brands, Bvlgari, Hublot, Zenith and TAG Heuer, shared their latest creations and new products with the press and customers around the world to start the year on a positive note.

This was a good initiative in the face of the health crisis, to which it naturally adapted through a succession of virtual meetings that took place from January 25 to 29. Chosen pieces...



## TAG HEUER

Célébration d'un partenariat légitime. Parmi les pièces iconiques de TAG Heuer, le modèle Carrera... Carrera comme la célèbre Porsche. De cette constatation à un partenariat, il n'y a qu'un pas ! TAG Heuer l'a franchi, annonce sa collaboration avec Porsche et présente pour l'occasion le Chronographe TAG Heuer Carrera Porsche. Premier fruit de cette collaboration, il affiche un grand nombre de caractéristiques esthétiques inspirées de Porsche. Au programme, l'inscription Porsche gravée sur la lunette, des chiffres arabes rappelant ceux du tableau de bord des bolides. Les couleurs Porsche, rouge, noir et gris, en rappel sur la montre et la masse oscillante, redessinée en hommage au célèbre volant de Porsche, et visible à travers le fond saphir. Quant au moteur de ce garde-temps réussi, le mouvement manufacture Calibre Heuer 02 doté d'une impressionnante réserve de marche de 80 heures.

-/ Celebration of a legitimate partnership. Among TAG Heuer's iconic pieces, the Carrera model ... Carrera like the famous Porsche. From this recognition to a partnership, it's only a step away! TAG Heuer has taken this step, announces its collaboration with Porsche and presents the TAG Heuer Carrera Porsche Chronograph for the occasion. As the first result of this collaboration, it boasts a large number of aesthetic features inspired by Porsche. The program includes the Porsche inscription engraved on the bezel and Arabic numerals reminiscent of those on the dashboard. The Porsche colors, red, black and gray, recall the watch and the oscillating weight, redesigned in homage to the famous Porsche steering wheel, and visible through the sapphire back. As for the engine of this successful timepiece, the Heuer 02 caliber manufactured movement has an impressive 80-hour power reserve.

# RETOUR VERS LE FUTUR

-/ BACK TO THE FUTURE

Nouveauté majeure pour Hysek en ce début d'année 2021, l'Abyss 41mm à trois aiguilles en titane. Une pièce événement qui revient sur la genèse de la ligne Abyss, une collection sport-chic lancée en 2005.

-/ A major novelty for Hysek in this early 2021, the 41mm Abyss with three titanium hands. An evocative timepiece that recalls the genesis of the Abyss line, a sporty-chic collection launched in 2005.

[www.hysek.swiss](http://www.hysek.swiss)



**QUINZE ANS SE SONT ÉCOULÉS DEPUIS LA NAISSANCE D'ABYSS ET POURTANT, CETTE COLLECTION CONSERVE SON DYNAMISME ET SES ATOUTS SÉDUCTION.**

Ce qui explique pourquoi elle fait l'actualité de Hysek en ce début d'année 2021 au fil d'une nouvelle version.

De 41 mm de diamètre, animée d'un mouvement à remontage automatique à micro-rotor, en titane, elle conserve les caractéristiques qui ont fait le succès de la ligne Abyss. Ceci tout en affichant un style plus « gentleman driver », dédié à ceux et celles en quête de l'objet rare à collectionner. Son cadran bleu à deux tons à index et chiffres arabes est rehaussé juste d'un guichet dateur sous loupe situé à trois heures.

Un effet de style simple et efficace, réduit à l'essentiel car cette Abyss millésime 2021 n'a absolument pas besoin d'autre artifice pour remporter tous les suffrages. Un nouvel indispensable.

**-/ FIFTEEN YEARS HAVE PASSED SINCE THE BIRTH OF ABYSS, AND YET THIS COLLECTION RETAINS ITS DYNAMISM AND SEDUCTIVE APPEAL.**

Which is why a new version of the collection is making the news at Hysek today, as the year 2021 begins.

With a 41 mm diameter, driven by a self-winding micro-rotor movement in titanium, it keeps the characteristics that have made the Abyss line so successful. This while displaying a more "gentleman's driver" style, dedicated to those in search of the rare object to be collected. Its two-tone blue dial with Arabic numerals and indexes is enhanced by a date window under a magnifying glass at 3 o'clock.

A simple and efficient stylistic effect, reduced to the essentials, because this 2021 Abyss needs absolutely no other artifice to garner all the votes. A new must-have.



TIME INSTRUMENTS  
FOR URBAN EXPLORERS

Bell & Ross

# TAG HEUER, UN DOUBLE ANNIVERSAIRE ET UN RECORD

-/ TAG HEUER, A DOUBLE ANNIVERSARY AND A RECORD

Faisant partie de l'escarcelle du groupe LVMH, dirigée par Frédéric Arnault, TAG Heuer fait preuve d'un hyper dynamisme. C'est ainsi qu'en 2020, elle a célébré comme il se doit ses 160 ans d'histoire ainsi que le 88<sup>ème</sup> anniversaire de Jack Heuer. Un homme d'affaires visionnaire et passionné sans qui TAG Heuer ne serait certainement pas aujourd'hui un des piliers du sérail horloger. Un double anniversaire auquel s'ajoute un record aux enchères...

-/ As part of the LVMH group, headed by Frédéric Arnault, TAG Heuer is extremely dynamic. In 2020, it celebrated its 160 years of history as well as Jack Heuer's 88<sup>th</sup> birthday. A visionary and passionate businessman, without whom TAG Heuer would certainly not be the pillar of the watchmaking seraglio it is today. A double anniversary coupled with an auction record...

En ce début d'année 2021, revenons sur la remarquable année 2020 que TAG Heuer vient de passer. Un parcours sans faute en guise de cadeau d'anniversaire. C'était en effet il y a 160 ans exactement, en 1860, que la manufacture a été créée par Edouard Heuer dans le Jura suisse. 2020 correspond également au 88<sup>ème</sup> anniversaire de Jack Heuer. Un homme d'affaires visionnaire et passionné, né en 1932, actuel président honoraire de TAG Heuer, qui a fait entrer la marque dans l'histoire de l'horlogerie.

Il intègre l'entreprise familiale en 1958 pour en devenir en 1962 l'actionnaire majoritaire. Un patron qui est aussi un homme de produit qui a l'excellente idée de se spécialiser dans les chronographes de poignet tout en se rapprochant de la course automobile au fil d'instruments de chronométrage. Il va même jusqu'à dessiner de ses propres mains certains modèles hissés désormais au rang d'icônes. La première pièce qu'il signe est l'Autavia. Son nom, AUTomobile AVIAtion, s'explique par son inspiration trouvée face aux compteurs de bord des années 30, incontournables dans l'habitacle des bolides et dans les cockpits.

Une année supplémentaire lui suffira pour lancer en 1963 la Carrera. Un modèle faisant à 100 % référence à sa passion pour l'automobile, affichant un design considéré à l'époque comme futuriste.

En 1969, il jette un pavé dans la mare avec la Monaco. Le premier chronographe carré et automatique de l'histoire. Le design est très fort, les pilotes se l'arrachent, dont Steve McQueen qui le portera sur le tournage de « Le Mans ». Un modèle historique qui vient d'être vendu aux enchères et s'impose désormais comme la montre Heuer la plus chère de tous les temps (cf. encadré).

**Autavia, Carrera, Monaco**, trois montres mythiques, baptisées par les collectionneurs les « Big Three », que l'on doit à ce génie de l'horlogerie et qui restent plus que jamais d'actualité. Véritables piliers créatifs de la maison, il se dévoient aujourd'hui en de nouvelles versions très attendues par tous les amoureux de montres à la fois chics, vintage et sportives.

Au programme, une Autavia qui conserve son style vintage tout en adoptant les matériaux du moment que personne n'aurait osé utiliser dans les années 60 : Du bronze pour le boîtier et de la céramique pour la lunette. Une Carrera éditée en série limitée à 188 exemplaires spécialement pour la commémoration de l'anniversaire de Jack Heuer. Un superbe chronographe à deux compteurs en or rose. Et enfin une Monaco animée du calibre automatique Heuer 02 dont le boîtier met en scène un cadran soleilillé noir jouant la carte du contraste avec les deux compteurs auxiliaires blancs. Trois nouvelles « Big Three » à porter sans hésitation...



Jack Heuer, le père des Autavia, Carrera et Monaco, actuel Président honoraire de TAG Heuer.



-/ As we enter 2021, let's look back at the remarkable year 2020 that TAG Heuer has just enjoyed. A flawless journey as a birthday gift. It was exactly 160 years ago, in 1860, that the company was founded by Edouard Heuer in the Swiss Jura. 2020 is also Jack Heuer's 88<sup>th</sup> birthday. A visionary and passionate businessman, born in 1932, the current Honorary President of TAG Heuer, who has made the brand part of watchmaking history.

He joined the family business in 1958 and became the majority shareholder in 1962. A boss who is also a product man who had the great idea of specializing in wrist chronographs while getting closer to motor racing through the use of timing instruments. He even went so far as to design certain models with his own hands, raising them to the level of icons.

The first piece he signs is the Autavia. Its name, AUTomobile AVIAtion, can be explained by the inspiration he found when looking at the on-board meters of the 1930s, which were an essential part of the passenger compartment of cars and cockpits.

In 1963, it took just one more year to launch the Carrera. A model that was a pure reflection of his passion for the automobile, with a design that was considered futuristic at the time. In 1969,

he threw a paving stone in the pond with the Monaco. The first square, automatic chronograph in history. The design is very strong, the drivers are fighting over it, including Steve McQueen, who will wear it on the set of « Le Mans ». This historic model has just been sold at auction and is now the most expensive Heuer watch of all time (see sidebar).

**Autavia, Carrera, Monaco**, three mythical watches, baptized by collectors as the « Big Three », which we owe to this watchmaking genius and which remain as relevant today as ever. True creative pillars of the house, they are now available in new versions eagerly anticipated by all lovers of watches that are at once chic, vintage and sporty.

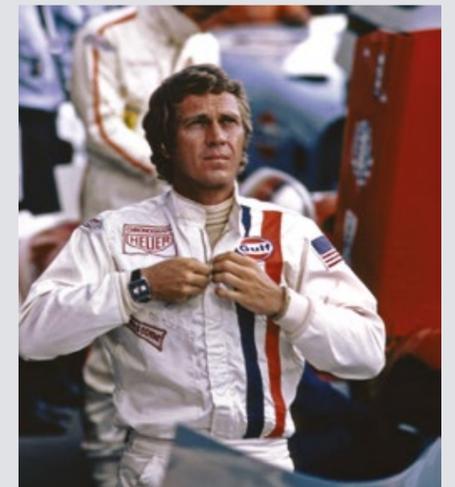
The lineup includes an Autavia that retains its vintage style while adopting the contemporary materials that no one would have dared to use in the 1960s: bronze for the case and ceramic for the bezel. A 188-piece limited edition of the Carrera, specially produced to commemorate Jack Heuer's birthday. A superb two-counter chronograph in pink gold.

And finally, a Monaco powered by the Heuer 02 automatic caliber, with a black sunburst dial on the case that contrasts with the two white auxiliary counters. Three new « Big Three » to wear without a second thought...

1. Monaco en acier, 39 x 39 mm, cadran soleilillé, calibre chronographe Heuer 02 automatique, bracelet en alligator.

2. Autavia en or bronze, lunette en céramique, 42 mm de diamètre, cadran fumé, calibre 5 automatique, bracelet en cuir.

3. Carrera en or rose, 42 mm de diamètre, cadran opalin, calibre chronographe Heuer 02 automatique, bracelet en alligator. Série limitée à 188 exemplaires.



## La Heuer la plus chère du monde

Adjugé USD 2'208 000 (1'956 000 CHF), prime d'achat comprise, le chronographe Monaco porté par Steve McQueen dans le film « Le Mans » s'impose comme la montre Heuer la plus chère jamais vendue aux enchères.

C'est le 12 décembre dernier à New York, à l'occasion de la vente « Racing Pulse » orchestrée par Phillips en association avec Bacs & Russo, que la montre-bracelet Heuer la plus chère a été vendue. Référencée sous le numéro de lot 20, cette pièce n'était autre que celle portée par Steve McQueen sur le tournage de « Le Mans » et ensuite offerte par la star à la fin du tournage à Haig Alltounian, chef mécanicien du film et mécanicien personnel de Steve McQueen. Elle a atteint USD 2'208 000 (1'956 000 CHF) à l'issue d'une guerre des offres qui aura duré sept minutes. Un record absolu qui a bien entendu réjoui Frédéric Arnault, PDG de TAG Heuer : « Cette montre est l'une des plus emblématiques du siècle dernier. Mais elle a aussi marqué à jamais la culture de TAG Heuer. Nous avons été touchés par l'enthousiasme suscité au sein de la communauté horlogère. Ce résultat est la preuve de l'importance historique et de l'héritage continu de ce garde-temps Heuer ».

# L'INVITATION AU RÊVE DE PIAGET

-/ PIAGET'S INVITATION TO DREAM

Dans le cadre d'une exposition-patrimoine dans ses boutiques de Genève et Zurich, Piaget vous invite à découvrir une sélection de pièces de la Collection Privée Piaget illustrant la créativité, l'audace et la passion sans cesse renouvelées de la marque, alliées à des savoir-faire exceptionnels.

-/ As part of an exhibition of patrimony creations in its Geneva and Zurich boutique, Piaget invites us to discover a selection of pieces from the Piaget Private Collection, showcasing the brand's ever-renewed creativity, audacity and passion, combined with exceptional know-how.



Pub Montre 12P + montre joaillerie - 1960

Pub The inimitable Piaget prestige - 70s

## PIAGET ARTISAN DE L'EXTRAORDINAIRE

Depuis toujours, Piaget aime les artisans de l'extraordinaire, qui pérennisent des savoir-faire anciens, aussi rares que précieux, presque désuets à l'ère de la technologie toute-puissante. C'est forte de cet ADN, combiné à une inventivité sans relâche, que la marque a bâti sa réputation d'excellence depuis ses débuts en 1874.

Fidèle à son esprit pionnier, Piaget lance au début des années 1960 des montres dont les cadrans en pierres dures rivalisent avec l'audace des bracelets en or. Plus d'une trentaine de pierres différentes font triompher la couleur, tandis que chaînes et bracelets expriment une créativité sans limites et une maîtrise technique rare. Cette double virtuosité s'inscrit dans une démarche exigeante d'excellence qui allie savoir-faire ancestral, quête d'innovation et art horloger traditionnel. Ce bouleversement trouve son origine dans une spécificité de la maison : le mouvement extra-plat.

L'extra-plat est au cœur de la culture et de l'histoire de Piaget. Dès 1913, la Maison apparaît dans les catalogues de fournisseurs d'horlogerie comme un spécialiste des composants extra-plats. En 1957, Piaget présente à Bâle le 9P, un calibre à remontage manuel de seulement 2mm d'épaisseur qui deviendra une référence pour sa finesse et ses qualités techniques. Parallèlement, Valentin Piaget dépose plusieurs brevets relatifs à un mouvement automatique extra-plat. Révélé au public en 1960, le calibre 12P qui affiche une épaisseur de seulement 2,3mm grâce à l'intégration ingénieuse d'un micro-rotor en or excentré et devient le calibre automatique le plus fin du monde.

-/ Piaget has always loved craftsmen of the extraordinary, who perpetuate ancient skills, as rare as they are precious, almost obsolete in the age of omnipotent technology. This strong DNA, combined with relentless inventiveness, has been the cornerstone of the brand's reputation for excellence since its beginnings in 1874.

True to its pioneering spirit, Piaget launched watches in the early 1960s vying with the radiance of shimmering gold bracelets. Over thirty different stones were used to create a masterful palette of colors, while chains and bracelets expressed boundless creativity and exceptional technical mastery. This two-fold virtuosity is part of a demanding approach to excellence that combines ancestral know-how along with a quest for innovation and the traditional art of watchmaking. This upheaval stems from a specific feature dear to the company: the extra-flat movement.

The extra-flat is at the heart of Piaget's culture and history. As early as 1913, the House appeared in watch supplier catalogs as a specialist in extra-flat components. In 1957, Piaget presented the 9P in Basel, a hand-wound caliber only 2mm thick that would become a standard for its thinness and technical qualities. At the same time, Valentin Piaget filed several patents for an extra-flat automatic movement. Unveiled to the public in 1960, the 12P caliber, which is only 2.3mm thick thanks to the ingenious integration of an eccentric gold micro-rotor, became the thinnest automatic caliber in the world.



Montre joaillerie en or blanc, diamants et saphirs baguette, mouvement mécanique extra-plat Piaget 9P, Collection Privée Piaget, 1971.

Manchette en or jaune, cadran et cabochons en lapis-lazuli, Mouvement Piaget 9P mécanique ultra-plat à remontage manuel, Collection Privée Piaget, 1970.



## LES ARTISANS DE LA MAISON REPOUSSENT INLIASSABLEMENT LES LIMITES DU POSSIBLE.

Qu'il s'agisse de réaliser des mouvements extra-plats, de travailler la pierre dure dans des limites de tolérance infimes ou d'offrir aux bracelets en or la souplesse du tissu. L'expertise de Piaget est désormais confirmée et sa vocation d'horloger-joaillier déterminée.

Emportée par l'extraordinaire souffle créatif qui imprègne les années 1960, la Maison y élève les pierres dures au rang de pierres précieuses. La couleur devient l'empreinte de la marque : malachite, corail, lapis-lazuli, œil de tigre ou encore turquoise... Surfant sur la vague de l'Op Art, Piaget s'adonne à des jeux graphiques étonnants en mariant les pierres dures entre elles.

## Maître de l'or

Toujours en quête de perfection, Piaget prend en 1957 la décision de ne fabriquer que des montres en métal précieux afin que l'extérieur de la montre réponde aux exigences fixées par le mouvement exceptionnel à l'intérieur.

Les bracelets-chaînes marquent les premiers pas de la maison dans une quête qu'elle a désormais fait sienne: chercher, créer, inventer de nouvelles manières de façonner les métaux précieux pour sublimer ses garde-temps. Aujourd'hui, la manufacture Piaget est l'une des rares à perpétuer le métier de bijoutier-chaîniste, au sein d'un atelier entièrement dédié à cet art où l'on conserve précieusement de très nombreux prototypes de bracelets, véritable mémoire d'une expertise transmise de génération en génération. On préserve ainsi le savoir-faire de la Maison, illustré par des pièces exceptionnelles du patrimoine.

## «Café Society» - Piaget Society

Et comme pour mieux souligner l'importance du passé dans ses créations du présent, la marque remet la célèbre «Café Society» des années 30 au goût du jour à travers la Piaget Society, dont la vocation est de créer une véritable communauté des amoureux de Piaget.



Montre bracelet en or jaune sertie de perles en lapis lazuli et turquoise, Collection Privée Piaget, 1970



Montre extra-Plate en or blanc, Mouvement mécanique extra plat à remontage manuel Manufacture Piaget 9P, Piaget Collection Privée, 1957.



Montre collier en or jaune sertie de perles en lapis lazuli, Collection Privée Piaget, 1970

-/ The House's craftsmen tirelessly push the boundaries of what's possible. Whether it's by creating extra-flat movements, working hard stone within the tightest tolerances, or by giving gold bracelets the suppleness of fabric. Piaget's expertise is a fact and its vocation as a watchmaker-jeweller firmly established.

Propelled by the extraordinary creative momentum of the 1960s, the House raised hard stones to the rank of precious stones. Color became the brand's hallmark: malachite, coral, lapis lazuli, tiger's eye and turquoise... Surfing the wave of Op Art wave, Piaget plays amazing graphic games by matching hard gemstones together.

## Master of gold

Always striving for perfection, Piaget decided in 1957 to manufacture only precious metal watches so that the outside casing would meet the requirements set by the exceptional

movement inside. Chain bracelets marked the first steps of the House in a quest that it has now made its own: to seek, create, invent new ways of shaping precious metals to sublimate its timepieces.

Today, the Piaget Manufacture is one of the few to perpetuate the jeweler-chainmaker profession, in a workshop entirely dedicated to this art, where a large number of prototype bracelets are carefully preserved, a genuine reminder of the expertise handed down from generation to generation. This way, the House's know-how is preserved, highlighted by exceptional heritage pieces.

## «Café Society» - Piaget Society

And as if to better underline the importance of the past in its creations of the present, the brand is bringing the famous "Café society" of the 1930s up to date through the Piaget Society, whose vocation is to create a true community of Piaget lovers.

ARTISAN DE  
l'extraordinaire

PIAGET BOUTIQUE GENÈVE  
EXPOSITION DE CRÉATIONS DU PATRIMOINE

Du 20 Mars au 30 Avril 2021  
Lundi-Vendredi: 10h00 à 17h00 - Samedi: 10h00 à 16h00

Sur RDV uniquement: Au +41 22 817 02 00 ou boutique-piaget.geneve@piaget.com

# QUOI DE NEUF SUR LA PLANÈTE JOAILLÈRE?

-/ WHAT'S NEW ON THE JEWELRY PLANET?

Morceaux choisis parmi les bijoux les plus tendance du moment, qui mettent en majesté les diamants blancs.

-/ Selected pieces among the hottest jewels in fashion, highlighting the majesty of white diamonds.



## LA DANSE DU SERPENT...

Nous assistons à une fascinante métamorphose de la mythique Serpenti signée Bulgari. Elle devient Serpenti Viper : une icône qui mue comme le reptile pour se réinventer encore plus contemporaine et urbaine. Si sa construction reste flexible, le corps est plus fin, plus anguleux et s'enroule toujours à la perfection autour du corps. Viper donne la parole aux diamants et aux trois couleurs d'or et se décline en bracelets, bagues, colliers et boucles d'oreilles.  
[www.bulgari.com](http://www.bulgari.com)

## -/ THE DANCE OF THE SNAKE...

We witness a fascinating metamorphosis of the mythical Serpenti by Bulgari. It becomes Serpenti Viper: an icon that moves like a reptile to reinvent itself in an even more contemporary and urban way. While its construction remains flexible, the body is thinner, more angular and always wraps itself perfectly around the body. Viper gives voice to diamonds and the three colors of gold and is available as bracelets, rings, necklaces and earrings.



## OSEZ RÊVER !

Avec sa nouvelle collection Tilda's Bow, Graff invite les femmes à rêver. Rêver d'un conte de fées qui les transporterait vers de merveilleuses aventures. Celles d'une princesse sublimée par des bijoux étincelants en diamants reprenant la forme d'un ruban en soie délicatement noué. L'imagination de chaque élégante peut ainsi prendre vie au fil de colliers, boucles d'oreilles, bagues, bracelets... Autant de pièces absolument irrésistibles, féminines à l'extrême et sensuelles.

[www.graff.com](http://www.graff.com)

## -/ THE DANCE OF THE SNAKE...

We witness a fascinating metamorphosis of the mythical Serpenti by Bulgari. It becomes Serpenti Viper: an icon that moves like a reptile to reinvent itself in an even more contemporary and urban way. While its construction remains flexible, the body is thinner, more angular and always wraps itself perfectly around the body. Viper gives voice to diamonds and the three colors of gold and is available as bracelets, rings, necklaces and earrings.



## DANS LE MOUVEMENT

Parmi les nouveautés Messika du moment, de l'or, des diamants et du mouvement au travers d'une bague Move avec son diamant mobile en guise de pierre de centre. Une nouvelle déclinaison qui intègre la collection Move qui n'a cessé de se renouveler tout en respectant son ADN : des diamants sertis clos qui glissent sur un ingénieux système de rails. Un concept unique créé en 2007 qui continue de faire partie des best-sellers de Messika.

[www.messika.com](http://www.messika.com)

## -/ IN THE MOVE

Among Messika's current novelties, gold, diamonds and movement, through a Move ring with its mobile diamond as a center stone. A new variation that integrates the Move collection, which is constantly renewing itself while respecting its DNA: diamonds set in closed settings that slide on an ingenious system of rails. A unique concept created in 2007 that continues to be one of Messika's best-sellers.

# LES MERVEILLES DE L'UNIVERS

-/ WONDERS OF THE UNIVERSE

Gros plan sur une ligne inédite issue de la célèbre collection Merveilles signée Boghossian. Merveilles Sphère ou comment créer son propre univers au fil de diamants comme suspendus dans l'espace...

-/ Close-up on a new line from the famous Merveilles collection by Boghossian. Merveilles Sphere or how to create a universe out of diamonds that look like floating in space...



Pendant en or blanc serti de 171 diamants

Boucles d'oreilles en or blanc serties de 358 diamants

Bague en or blanc avec au centre de la sphère sertie de diamants un diamant orange

Boghossian a voulu rendre hommage aux merveilles de l'univers. C'est ainsi que les sphères ont intégré le monde à part de la collection Merveilles. Les sphères symbolisent depuis toujours les corps célestes. Les planètes, le Soleil, la Lune, les étoiles sont ainsi regroupés dans ce volume généreux décliné ici en or blanc serti de diamants.

Autant de gemmes étincelantes serties côte à côte via une technique inédite pensée par Boghossian. Chaque diamant semble flotter dans l'espace tant le serti est invisible, faisant disparaître l'or tout en jouant magnifiquement avec la lumière. Merveilles Sphères offre un nouvel univers à la femme au fil d'une paire de boucles d'oreilles adaptables à toutes les tailles de lobes, un pendant à porter au quotidien ou une bague riche d'un superbe diamant orange symbolisant le plus charismatique des corps célestes, le Soleil...

-/ Boghossian wanted to pay tribute to the wonders of the universe. That's how the spheres became part of the world apart that is the Merveilles collection. Spheres have always symbolized celestial bodies. The planets, the Sun, the Moon and the stars are grouped together in this generous volume, here in white gold set with diamonds.

So many sparkling gems set side by side using a new technique designed by Boghossian. Each diamond seems to float in space thanks to the invisible setting, making the gold disappear while playing magnificently with the light. Merveilles Sphere offers a new universe to women through a pair of earrings adaptable to all sizes of lobes, a pendant to wear everyday or a ring rich with a superb orange diamond, symbolizing the most charismatic of celestial bodies that is the Sun...

[www.boghossianjewels.com](http://www.boghossianjewels.com)

# LA ROSE DANS TOUS SES ÉTATS

-/ SMELLS LIKE ROSES

Elle est sans doute la fleur la plus célèbre au monde. En plus de son parfum unique, ses vertus sont nombreuses. Avec plus de 3000 variétés ses bienfaits sont infinies. Parfums, soins, maquillage, voici une sélection qui met à l'honneur la star des fleurs.

-/ It is undoubtedly the most famous flower in the world. In addition to its unique perfume, its virtues are numerous. With more than 3000 varieties its benefits are infinite. Perfumes, cares, make-up, here is a selection which puts in the honor the star of the flowers.



Baume de rose l'eau de beauté Beauty Toner  
**BY TERRY**

Rose d'Ispara  
**BOUCHERON**

Parfum Solide - Eau de Rose  
**DIPTYQUE**

Dolce Rose - Eau de toilette  
**DOLCE & GABBANA**

Fluide contour des yeux à la Rose Noire - **SISLEY**

Miss Dior - Poudre de rose parfumée - **DIOR**

Joues Contraste Rose Initial  
**CHANEL**

Le blush à l'accord floral de notes rosées qui laisse sur les joues un subtil parfum

Rosa Nobile - Huile scintillante  
**ACQUA DI PARMA**

Pure Rose - **CARTIER**

# COTE MAGAZINE LOOKBOOK

BRASSIÈRE - CYCLISTE - DES CHIFFRES ET DES LETTRES - FULL DENIM - NEO ROMANTIQUE  
- SPARKLING - EN FORME - MONICA BELLUCCI, ICÔNE CARTIER - COFFEE TABLE BOOK



© Gilles Bensimon / © Christie's Images Ltd 2020.

# Brassière

Elio



Chanel

Celine



Bolice babbana

# Cycliste

Balmain



Saint Laurent



Celine

# Des chiffres et des lettres



Chanel

Celine

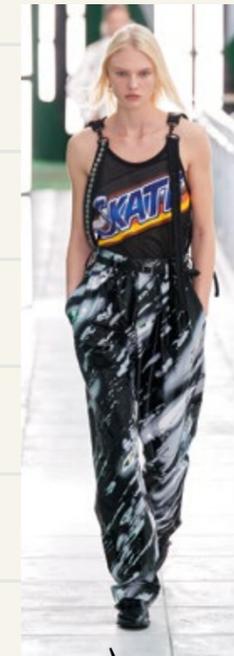


Fendi

Louis Vuitton



Chloé



Gucci

Prada

# Full denim

Bottega Veneta

Yzabel Marant

Burberry

Balmain

Celine

Dior

Dolce & Gabbana



Alberta Ferretti

Chanel

Yzabel Marant

Simone Rocha

Jacquemus

Chloé

# Neo romantique

Dior

Brunello Cucinelli

Fendi



# Sparkling



Chanel

Louis Vuitton



Valentino



Paco Rabanne



# En forme



Enfin les femmes aux formes assumées défilent pour les grandes maisons !

Cinq longues années après sa séparation avec Lanvin, l'une des personnalités les plus aimées de la mode revient avec **AZ Factory.**

Une collection pour toutes, disponible du XXS à XXXXL !  
Welcome back, Alber Elbaz !

At last, curvaceous women walk the catwalk for the big Houses !

Five long years after parting ways with Lanvin, one of fashion's most beloved personalities returns with AZ Factory. A collection for all, available from XXS to XXXXL!  
Welcome back, Alber Elbaz !



Chanel



Fendi



Jacquemus

# MONICA BELLUCCI

## ICÔNE DE LA NOUVELLE CAMPAGNE CARTIER

-/ ICON OF THE NEW CARTIER BRAND CAMPAIGN

**Cartier a fait appel à l'éblouissante Monica Bellucci, ambassadrice de longue date de la marque, pour célébrer les pièces les plus emblématiques de la maison. Appelée à représenter différentes décennies, l'actrice franco-italienne est l'émanation de la faculté des collections à transcender le temps.**

**-/ Cartier called upon the dazzling Monica Bellucci - a long-time ambassador for the brand - to celebrate the house's most emblematic pieces. As a symbol of different decades, the Franco-Italian actress is the emanation of the collections' ability to transcend time.**

"Cartier est une maison pionnière, en constante exploration créative.

Cette campagne démontre la capacité de la Maison à créer des designs cultes qui résistent à l'épreuve du temps, des objets à la fois immédiatement reconnaissables et témoins du passé", a déclaré Arnaud Carrez, directeur du marketing et de la communication de Cartier. "La simplicité et la force de ces images nous permettent de célébrer une collection unique de créations de légende qui ont fait leur place dans l'histoire de la joaillerie et de l'horlogerie, et dans le cœur de nos clients".



Bracelets Love - Or jaune.  
Boucles d'oreilles Etincelle de Cartier,  
Or jaune, diamants.

*-/ "Cartier is a pioneering house in constant creative exploration.*

*This campaign demonstrates the House's ability to create cult designs that withstand the test of time, objects that are both immediately recognizable and bear witness to the past," said Arnaud Carrez, Cartier's Director of Marketing and Communications. "The simplicity and strength of these images allow us to celebrate a unique collection of legendary creations that have made their mark in the history of jewelry and watchmaking, and in the hearts of our customers".*



Montre Santos de Cartier  
Moyen modèle, mouvement  
automatique, acier, bracelets  
métal et cuir interchangeables.



Ci-dessus, Bague *Trinity* classique - Or gris, or jaune, or rose. **Cartier**  
Page droite, Bracelet *Juste un Clou* - Or rose. **Cartier**





Montre *Panthère* de **Cartier** - Petit modèle, mouvement quartz, or jaune.  
Boucles d'oreilles *Étincelle* de **Cartier** - Or jaune, diamants.

Montre *Tank Louis Cartier*  
Grand modèle, mouvement  
mécanique manuel, or rose, cuir.  
**Cartier**



# COFFEE TABLE BOOK

Aussi beaux qu'intéressants, voici quatre nouveaux beaux livres à faire trôner sur votre table basse.

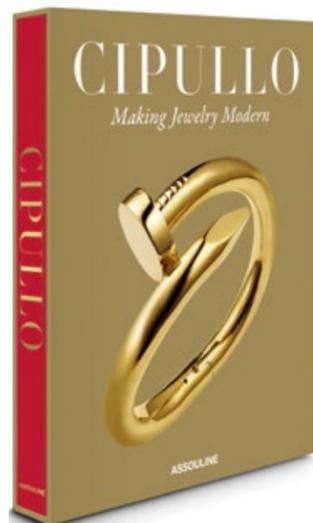
-/ As beautiful as they are interesting, here are four new beautiful books to put on your coffee table.



### Montblanc Inspire Writing - Assouline

Un nouveau livre de la collection Assouline, dont Alex Fury signe le texte, emporte les lecteurs au cœur des archives de la Maison, pionnière dans l'art de l'écriture.

-/ A new Assouline book with text by Alex Fury takes readers on an unprecedented journey into the archives of the pioneer of writing culture.



### Cipullo: Making Jewelry Modern - Assouline

*Making Jewelry Modern* dévoile l'histoire d'un des talents les plus innovants et, jusqu'à présent, les plus énigmatiques de l'histoire de la joaillerie moderne : Aldo Cipullo. En 1969, il s'installe chez Cartier aux côtés du président de la société, Michael Thomas, où, au sommet de son art, il présente certaines des créations les plus modernes et les plus intemporelles, comme le bracelet Love, un modèle phare qui se fixe au poignet du porteur à l'aide d'un tournevis spécial.

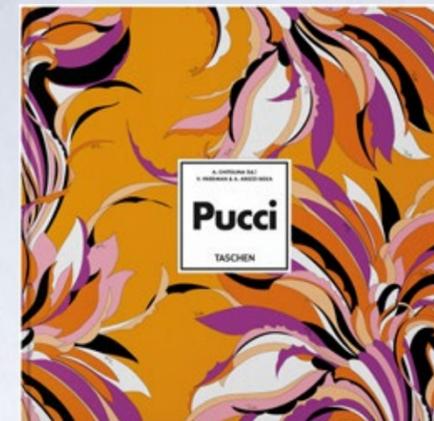
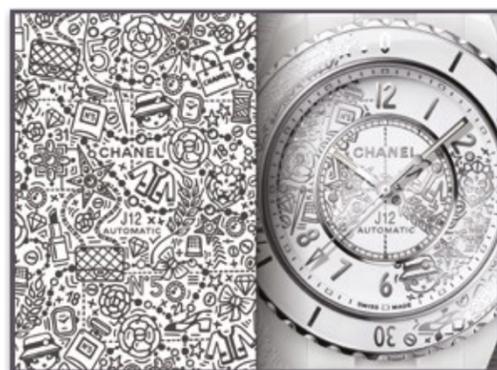
-/ *Making Jewelry Modern* unfolds the story of one of the most innovative and, until now, enigmatic talents of modern jewelry history. In 1969 he moved to Cartier alongside the company's President Michael Thomas, where, at the top of his craft, he introduced some of the most modern and timeless creations, such as the Love bracelet, a seminal design that is fastened to the wearer's wrist with a special screwdriver.



### Chanel « Instant Eternel » J12 Automatic -

Richement illustré, cet ouvrage signé de Nicholas Foulkes retrace le destin fabuleux de la J12 et célèbre les vingt ans d'une montre qui incarne dans l'univers horloger la vision singulière et avant-gardiste de CHANEL.

-/ Beautifully illustrated, this book by Nicholas Foulkes looks back at the fabulous destiny of the J12 and celebrates twenty years of a watch that embodies the unique and avant-gardist vision of CHANEL in the world of watchmaking.



### Pucci - Taschen

Excellent remède contre la morosité ambiante, avec ses couleurs vives, sa joie de vivre et ses imprimés « pop » audacieux, cet ouvrage Pucci est un hommage à la maison de couture aujourd'hui en pleine renaissance.

-/ An excellent remedy against the prevailing gloom, with its bright colors, joie de vivre and bold «pop» prints, this Pucci book is a tribute to the fashion house in full rebirth today.





## MONTBLANC REND HOMMAGE AU ROI DU ROCK'N'ROLL... ELVIS PRESLEY !



Pour chacune de ses éditions Grands Personnages, Montblanc met son savoir-faire au service de la culture pour évoquer la légende d'icônes comme le roi du rock'n'roll, Elvis Aaron Presley, le King encore vénéré pour avoir électrisé les foules du monde entier avec des titres comme It's Now or Never.

La collection comprend trois instruments d'écriture, chacun célébrant une date importante de sa carrière, une édition spéciale inspirée de son concert 1968, une édition limitée évoquant sa période à Las Vegas et une édition limitée en hommage à son concert à Hawaïi. Leur design s'inspire de la passion du King pour les voitures ainsi que de son style vestimentaire. La silhouette de chaque instrument d'écriture rappelle une bougie et leur cône est gravé d'une citation. Le motif sur le capuchon s'inspire d'une bague du King.

Limitée à 1935 stylos plume et stylos bille en l'honneur de l'année de sa naissance, l'Édition salue l'immense charisme du King avec un aigle en laque incrusté dans le capuchon, à l'image de sa cape au concert de Hawaïi. Chacun des 246 carreaux de laque a été peint à la main avec une rare précision et la texture rhomboïdale du corps joue sur le contraste avec l'agrafe en or précieux évoquant un moteur V8. Le titre du tube Jailhouse Rock est gravé sur la plume en or massif 18 K.



-/ For each of its Grands Personnages editions, Montblanc puts its know-how at the service of culture to evoke the legend of icons such as the king of rock'n'roll, Elvis Aaron Presley, the King still revered for electrifying crowds around the world with songs like It's Now or Never.

The collection includes three writing instruments, each celebrating an important date in his career, a special edition inspired by his 1968 concert, a limited edition evoking his period in Las Vegas, and a limited edition in tribute to his concert in Hawaii. Their design is inspired by the King's passion for cars and his style of dress. The silhouette of each writing instrument is reminiscent of a candle and their cone is engraved with a quote. The design on the cap is inspired by a ring of the King.

Limited to 1935 fountain pens and ballpoint pens in honor of the year of his birth, the Edition salutes the King's immense charisma with a lacquered eagle inlaid in the cap, like his cape at the Hawaii concert. Each of the 246 lacquer tiles has been hand-painted with rare precision, and the rhomboidal texture of the body plays on the contrast with the precious gold clasp evoking a V8 engine. The Jailhouse Rock hit title is engraved on the 18K solid gold nib.

# COTE MAGAZINE FACE TO FACE

STEVE GUERDAT // HERMÈS - MELODY GARDOT



The Thomas Crown Affair, 1968. Faye Dunaway, 5

# STEVE GUERDAT // HERMÈS

**Avec l'arrivée au sein de son équipe de Steve Guerdat, cavalier émérite ayant remporté les plus belles épreuves internationales, Hermès confirme son engagement d'équipementier sportif au plus haut niveau de la compétition équestre.**

**-/ By welcoming Steve Guerdat to its team, an outstanding rider who has won the most beautiful international events, Hermès confirms its commitment to providing equipment at the highest level of equestrian competition.**

Fort de l'expertise et de l'excellence de ses savoir-faire, de sa créativité innovante et de ses matières d'exception, Hermès accompagne l'équitation de haut niveau à travers une équipe de cavaliers partenaires. Ainsi, la maison fait vivre et renforce son histoire équestre dans un dialogue permanent entre cavaliers et selliers. « Steve Guerdat est un cavalier exceptionnel, respecté par l'ensemble des acteurs du monde équestre pour son talent et son palmarès ainsi que pour ses valeurs d'humilité et d'authenticité. Nous partageons avec lui le respect du cheval et la passion pour le grand sport. Nous sommes très heureux d'accueillir le numéro 1 mondial de saut d'obstacles, titré aux Jeux olympiques de Londres en 2012, au sein de notre équipe de cavaliers partenaires. Nous lui souhaitons le meilleur pour cette année olympique ! » déclare Ly Lallier, directrice de l'équitation chez Hermès.

## Un cavalier au palmarès éblouissant

« C'est un honneur pour moi de rejoindre la maison Hermès. Au-delà de l'image qu'elle représente, nous partageons des valeurs communes. Cette longue histoire avec le cheval, mon meilleur ami, est toujours vivante au cœur de la maison.

Et si la performance est évidemment très importante dans le sport, je suis plus attaché encore au bien-être et au confort de mes chevaux. C'est pour cela que je suis très heureux de pouvoir compter sur le soutien des équipes d'Hermès. À cheval, la selle Hermès sait se faire oublier tout en me permettant de rester très connecté et à l'écoute de mes chevaux. Je ferai mon possible pour être au niveau de la qualité et de l'exigence de cette maison et je me réjouis de cette nouvelle aventure. »

Né le 10 juin 1982, fils de Philippe Guerdat, célèbre cavalier et entraîneur de saut d'obstacles, Steve Guerdat commence l'équitation à l'âge de 9 ans. Il intègre rapidement l'équipe Suisse juniors. Accompagné par son père, qui met un terme à sa carrière pour se consacrer à celle de son fils, il remporte la médaille de bronze aux Européens M18 en 1997, et est sacré champion de Suisse juniors l'année suivante. Il collectionne les classements et victoires en CSI. Entre 2003 et 2005, il dispute les plus grands championnats dont les JO d'Athènes en 2004 (5e par équipe) et devient en août 2005 le plus jeune membre du Top 20 mondial en s'inscrivant à la 12e place.

Fin 2008, il participe à sa première finale du Top 10. À l'automne 2012, après sa victoire aux Jeux olympiques de Londres avec Nino des Buissonnets, il prend la 1ère place du classement mondial qu'il occupera ensuite à de nombreuses reprises. Steve Guerdat continue d'enrichir son palmarès de victoires prestigieuses, telles que les finales de la Coupe du monde FEI en 2015 à Las Vegas, et à Göteborg en 2016 et en 2019.

-/ Backed by the expertise and excellence of its know-how, its innovative creativity and its exceptional materials, Hermès is committed to supporting high-level equestrian sport through a team of partner riders. Thus, the house brings its equestrian history to life and bolsters it in an ongoing dialogue between riders and saddlers. "Steve Guerdat is an exceptional rider, respected by all those involved in the equestrian world for his talent and track record, as well as for his values of humility and authenticity. We share with him great respect for the horse and passion for excellence in sport. We are very pleased to welcome the world's number 1 show-jumper, crowned at the London Olympic Games in 2012, to our team of partner riders. We wish him all the best for this Olympic year!" says Ly Lallier, Director of Horse Riding at Hermès.

## A rider with a dazzling track record

"It is an honor for me to join the House of Hermès. Beyond the image it represents, we share common values. This long history with the horse, my best friend, is still alive at the heart of the house.

And while performance is obviously very important in sport, I am even more attached to the well-being and comfort of my horses. This is why I am very happy to rely on the support of the Hermès teams. On horseback, the Hermès saddle's presence is hardly noticeable, while allowing me to remain very connected and attentive to my horses. I will do my utmost to honor the house's quality and high standards and I am looking forward to this new adventure. »

Born on June 10, 1982, son of Philippe Guerdat, a famous rider and show jumping coach, Steve Guerdat began riding at the age of 9. He quickly joins the Swiss junior team. Accompanied by his father, who put an end to his career to devote himself to his son's, he won the bronze medal at the U18 Europeans in 1997, and was crowned Swiss Junior Champion the following year. He collects rankings and victories in CSI. Between 2003 and 2005, he competed in the biggest championships, including the 2004 Athens Olympics (5th by team), and in August 2005 became the youngest member of the world's Top 20 by registering in 12th place. At the end of 2008, he participated in his first Top 10 final. In the fall of 2012, after his victory at the London Olympics with Nino des Buissonnets, he took 1st place in the world ranking, which he would later occupy on numerous occasions. Steve Guerdat continues to expand his record of prestigious victories, such as the 2015 FEI World Cup Finals in Las Vegas, and the 2016 and 2019 FEI World Cup Finals in Gothenburg.



# MÉLODIE MAGISTRALE

-/ THE MAGNIFICENT MELODY

**Un terrible accident survenu à l'adolescence a fait de Melody Gardot une combattante aussi tendre que déterminée. Le chant et l'amour des mélodies ont révolutionné son corps. COTE MAGAZINE a rencontré la musicienne de jazz américaine, véritable Parisienne dans l'âme.**

**-/ A terrible accident in adolescence turned Melody Gardot into a gentle, determined fighter. Singing and melodies started a healing revolution in her body. COTE MAGAZINE met the American jazz musician who is Parisian at heart.**

Melodygardot.co.uk

L'automne nous a offert un album qui réchauffe l'âme: Léger comme un flocon de neige, sensuel comme une caresse, «Sunset In The Blue» verse un peu de paix sur ce monde qui tourne à l'envers. Sting est également de la partie. Le quatrième album studio de Melody Gardot fait suite à «Me, My Only Thrill and I», vendu à deux millions d'exemplaires et streamé plus de 1,5 milliard de fois. Les violons sont omniprésents dans les arrangements. Ce nouvel opus bénéficie également de l'expérience acquise, avec des projets tels que «L'Absence» qui fait clairement ressortir le penchant de l'artiste pour les sons bossa nova.

**COTE MAGAZINE :** Dans quel état d'esprit musical avez-vous enregistré votre nouvel album ?

**Melody Gardot :** Laissez-moi d'abord vous parler des albums précédents car la continuité est importante pour moi. Le producteur Larry Klein était à l'origine de l'album «Me, My Only Thrill and I». C'est aussi lui qui a eu l'idée de continuer dans cette voie. En 2015, lorsqu'est sorti «Currency of Man», j'étais dans une tendance blues/funk. Je passais beaucoup de temps à Los Angeles à l'époque. Avec «Sunset In The Blue», je reviens à une énergie plus douce, plus féminine. Ce nouvel album a été enregistré à la fin d'une tournée. D'où mon désir de reproduire l'atmosphère philharmonique des concerts.

**Le Covid a sévèrement restreint le travail des artistes. Où et comment avez-vous enregistré l'album ?**

En effet, le Covid-19 n'a pas aidé le projet à se réaliser. Nous avons commencé à enregistrer aux Capitol Studios de Los Angeles en janvier et février 2020. Lorsque le coronavirus s'est répandu, nous avons dû stopper les enregistrements, et avons tout laissé en suspens. Durant cette période, nous avons eu l'idée de réaliser un projet avec des musiciens du monde entier, et c'est ainsi que le titre «From Paris With Love» est né. Ma maison de disques, Universal, nous a également apporté un soutien technique. Puis, à la fin du printemps, nous avons enregistré les cordes avec le Royal Philharmonic Orchestra aux studios d'Abbey Road à Londres. Ce sont les premiers musiciens qui ont été autorisés à réintégrer les studios d'enregistrement après leur fermeture.

**Dans les morceaux «If You Love Let Me Know», «I Fall In Love To Easily» et «Love Song» du nouvel album, l'amour apparaît comme un thème central. Serait-ce le reflet d'un nouvel amour dans votre vie ?**

(rires) Peut-être. Je ne veux rien dire pour l'instant, juste ça : L'amour est dans l'air ...

-/ Autumn brought an album that warms the soul: As light as a snowflake, as sensual as a caress, «Sunset In The Blue» brings a little peace to an upside-down world. And Sting is also on board. Melody Gardot's fourth studio album follows on from «Me, My Only Thrill and I», which has been sold two million times and streamed more than 1.5 billion times. The violins are omnipresent in the arrangements. The new work also benefits from the experience with projects such as «L'Absence», from which the artist's interest in bossa nova sounds could be clearly heard.

**COTE MAGAZINE:** In what musical state of mind did you record the new album?

**Melody Gardot:** First let me say something about the previous albums because continuity is important to me. Music producer Larry Klein was behind the album «Me, My Only Thrill and I». To tie in there and carry on was also his idea. In 2015 and with «Currency of Man» I was in the mood for blues and funk. I spent a lot of time in Los Angeles back then. With «Sunset In The Blue» I am returning to a softer, more feminine energy. This new album was recorded at the end of a tour. Hence my desire to reproduce the philharmonic atmosphere of the live performances.

**Corona has severely restricted the work of artists. Where and how did you record the album?**

Indeed, Covid-19 did not make the project any easier to complete. We started recording at Capitol Studios in Los Angeles in January and February of this year. When Corona spread, we had to stop recording. We left everything suspended. During the shutdown, my management had the idea of realizing a project with musicians from all over the world, and that's how the title «From Paris With Love» was born. My record company Universal also provided us with technical support. Then at the end of spring we recorded the strings with the Royal Philharmonic Orchestra at Abbey Road Studios in London. After the closure, they were the first musicians who were allowed to re-enter the recording studios.

**In the tracks «If You Love Let Me Know», «I Fall In Love To Easily» and «Love Song» on the new album, love is a central theme. Is this perhaps a reflection of a new love in your life?**

(laughs) Maybe. I don't want to say anything yet, just this much: Love is in the Air ...



**Votre duo avec Sting est la surprise de ce projet. Comment cette collaboration est-elle née ? Vous connaissiez-vous déjà ?**

Non, mais nous devons prochainement nous rencontrer à nouveau pour un autre projet commun. En ces temps difficiles, travailler ensemble est la seule consolation pour nous, les musiciens. J'ai été très surprise lorsque la productrice et compositrice française Jen Jis est venue me voir avec cette chanson. Puis j'ai appris que ce serait un duo avec Sting ! Certes, c'est un grand changement par rapport à mon genre de musique habituel. Mais j'ai vraiment apprécié l'opportunité de me lancer le défi de la nouveauté. C'est ça, la musique ! C'était la première fois que quelqu'un m'offrait une chanson de cette façon. Il y avait quelque chose de réconfortant parce que tout était organisé. Je n'ai pas eu à me soucier des arrangements, simplement à donner de mon mieux en tant qu'artiste.

**En tant qu'artiste américaine vivant à Paris, suivez-vous la situation sanitaire et politique actuelle aux Etats-Unis ?**

Bien sûr. En ce moment, je suis bloquée à Paris. J'aimerais beaucoup aller aux États-Unis pour rendre visite à ma mère. Etre bloquée en ville dans cette situation est douloureux. C'est pourquoi je réside actuellement à la campagne, un peu en dehors de Paris. Je ne veux pas me plaindre, mais depuis 15 ans, je suis constamment sur la route pour le travail, les tournées et les voyages, la plupart du temps sans véritable domicile. Et maintenant, la situation est devenue critique. Que ce soit à Paris ou aux États-Unis, il est même difficile de se faire tester au Covid-19. Un de mes amis en Angleterre a contracté le virus, il est hospitalisé. Je ne peux pas non plus lui rendre visite, c'est très difficile à vivre.

**Pouvez-vous aussi voir des choses positives dans ces circonstances ?**

Oui, c'est aussi un moment de réflexion sur les liens que nous pouvons avoir en tant qu'humains.

**Il y a aussi une forme de consolation dans l'album, comme si vous aviez trouvé votre paix intérieure. La musique est-elle encore une forme de thérapie pour vous ?**

Quand vous commencez quelque chose de nouveau, cela signifie qu'un changement est en train de se produire. Quand je chante, je ressens le bonheur de faire de la musique, ça me procure de l'énergie. J'aime créer de nouvelles choses sans trop m'y attacher, parce que la prochaine étape est déjà en train d'émerger, et elle sera certainement différente à son tour. Interpréter des chansons, c'est un peu comme créer des images à chaque fois différentes. Je suis très touchée que ma maison de disques Universal m'ait permis de sortir un nouvel album en ces temps difficiles. Et c'est parce que je pense que nous, les artistes, devons continuer à nous exprimer dans ce silence assourdissant. Nous ne pouvons pas le faire seuls. Cela fonctionne grâce à nos managers, nos musiciens, nos producteurs et nos maisons de disques. C'est la seule façon pour nous de nous développer artistiquement.

**Après un terrible accident\*, vous avez dû vous battre pour vous remettre sur pied...**

J'ai été prisonnière de mon corps pendant longtemps. A force de vivre en permanence avec son corps, vous ne vous rendez plus compte de sa valeur. Tout comme un vieil ami avec qui vous avez l'habitude de vivre. Mais un jour, mon vieil ami m'a abandonnée. Certes, on dit aussi "ce qui ne te tue pas te rend plus fort". Aujourd'hui encore, je souffre des conséquences de cet accident, je dois prendre soin de moi.

**Comment faites-vous face à des circonstances aussi difficiles dans la vie de tous les jours ?**

Je pratique différents sports comme la boxe et la course à pied, même si c'est un peu déraisonnable en tant que musicienne et pianiste car je pourrais me blesser les mains en boxant. Mais ma santé s'améliore constamment. Depuis la sortie de l'album "Live In Europe" en 2018, c'est comme si mon corps avait déclenché une petite révolution qui se répand aussi dans mon esprit.

**Que retirez-vous de cette expérience sur un plan professionnel ?**

Si nous restons calmes et apprenons à apprécier le silence, nous survivrons à ce moment. Je pense que c'est un peu plus facile pour nous, les artistes, que pour les autres.



Melodygardot.co.uk



**Your duet with Sting is the surprise in this project. How did this collaboration come about? Did you already know each other?**

No, but now I'm supposed to meet him again soon for another joint project. In these difficult times, working together is the only consolation for us musicians. I was so surprised when French producer and songwriter Jen Jis came to me with this song. Then I found out that it was going to be a duet with Sting! Admittedly, it's a big change compared to my traditional music genre. But I really enjoyed the opportunity to challenge myself with something new. That is music! It was the first time that someone offered me a song in this way. There was something comforting about it because everything was preprogrammed. I didn't have to worry too much about the arrangements. I just had to do the best that I have to offer as an artist.

**As an American artist living in Paris, do you follow the current health and political situation in the US?**

Of course. At the moment I'm blocked here in Paris. I would very much like to go to the US to visit my mother. To be trapped in the city in this situation is painful. That's why I'm currently in the country, a little outside of Paris. I don't want to complain, but for the last 15 years I've been on the road for work, touring and traveling, mostly without a real home. And now the situation has gotten so bad. Whether in Paris or the US, it is even difficult to get tested for Covid-19. A friend of mine got infected in England. He is very sick in the clinic. I can't visit him either. The situation is difficult.

**Can you also see positive things in the circumstances?**

Yes, it is also a time to reflect on the connections we can have as humans.

**There is also consolation in the album, as if you have found your inner peace. Is music still a form of therapy for you?**

When you start something new, it means that a change is coming. When I sing, I take in the happiness of making music. That gives me a lot of energy. I love creating new things without becoming too attached to them, because the next step is already emerging, and it will definitely be different again. Interpreting songs is a bit like interpreting different images. I am very touched that my record company Universal is allowing me to release a new album during these difficult times. And that's because I think that we artists need to continue to express ourselves in this deafening silence. We can't do it alone. It works thanks to our managers, our musicians, our producers and record companies. This is the only way we can develop artistically.

**After a terrible accident\* you had to fight hard to get back on your feet...**

I was a prisoner of my body for a long time. Because we're used to our body, we sometimes no longer realize how valuable it is. Just like an old friend who you are used to live with. But one day my old friend gave up on me. But they also say "what doesn't kill you makes you stronger". I still suffer from the consequences of this accident today. I have to take care of myself.

**How do you cope with such difficult circumstances in everyday life?**

I practice different sports like boxing and running. I just have to try it out, even if it's a little unreasonable as a musician and pianist because I could injure my hands while boxing. But my health is getting better and better. Since the release of the album "Live In Europe" in 2018, it has been as if my body had started a small revolution that is also spreading in my mind.

**What do you derive from this experience for your job?**

If we stay calm and learn to appreciate the silence, we will survive this moment. I think it's a little easier for us artists than for the average person.



## NOUVELLES EXPRESSIONS DANS LA COLLECTION RM 07-01 AUTOMATIQUE



Symbole iconique de l'univers Richard Mille, la collection féminine RM 07-01 se pare de deux nouveaux modèles aux atours inédits : la RM 07-01 Automatique Starry Night et son remarquable sertissage au motif étoilé et la RM 07-01 Automatique avec son bracelet gourmette sensuel et envoûtant, s'habillant d'or et de Carbone TPT®.

Deux nouveaux modèles qui font la part belle à un matériau technique à la fois léger et résistant, le Carbone TPT® qui garantit une protection optimale au mouvement. Celui-ci offre un rendu saisissant aux effets damassés et aux motifs moirés. Son aspect mat intensifie la sensation de chaleur agréable au toucher comme au porter. Ces deux nouvelles pièces possèdent toutes les caractéristiques techniques qui assurent à la collection RM 07-01 sa renommée.

-/ Symbol and icon of the Richard Mille universe, the women's collection of RM 07-01 timepieces boasts two new models with unprecedented adornments: the RM 07-01 Automatic Starry Night, with its extraordinary gem-set star motifs, and the RM 07-01 Automatic, with a sensuous and fascinating open-link bracelet arrayed in red gold and Carbon TPT®.

These two models give pride of place to Carbon TPT®, a high-performance material at once light and strong ensuring optimal protection of the movement. What's more, its surface offers a striking appearance of damascene patterns and a moiré sheen. Its matt aspect intensifies the agreeable warmth it offers to the touch and to the wrist. These two new interpretations possess every one of the technical characteristics that have forged the reputation of the RM 07-01.

**Richard Mille**  
Rue du Rhône 78, 1204 Genève  
Tel. 022 810 85 73 - [www.richardmille.com](http://www.richardmille.com)

# COTE MAGAZINE ECO FASHION

MARRAINE - MARIE-CLAIRE DAVEU - ACTIONS KERING, SUR TOUS LES FRONTS ! - HERMES, UNE MAISON ENGAGÉE ET ECO-RESPONSABLE - PRADA RE-NYLON - STELLA McCARTNEY, LA REINE VERTE - PETIT JOURNAL DES HORLOGERS ET JOAILLIERS ECOLOS



Climate Change Earth World Globe Human Planets Environment Gift There Is No Planet B Nature is a piece of digital artwork by Thomas Larch which was uploaded on August 12th, 2019.



Par Hervé Borne

# MARRAINE - MARIE-CLAIRE DAVEU

GODMOTHER - MARIE-CLAIRE DAVEU

Directrice du développement durable et des relations institutionnelles internationales pour le groupe Kering depuis 2012, cette femme de conviction a le développement durable dans le sang.

Since 2012, she has been Chief Sustainability Officer and Head of International Institutional Affairs for Kering. This woman of conviction has sustainability in her blood.

**Diplômée de l'Institut National d'Agronomie et de l'Université Paris-Dauphine-PSL**, elle entame sa carrière comme conseillère technique au cabinet du Premier ministre Jean-Pierre Raffarin, puis comme Directrice de cabinet de Serge Lepeltier, ministre de l'Écologie et du Développement durable. En 2005, elle devient Directrice du développement durable du groupe Sanofi-Aventis. De 2007 à 2012, elle occupe les fonctions de Directrice de cabinet de Nathalie Kosciusko-Morizet, au sein de divers secrétariats d'État puis au ministère de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement.

**Graduated from AgroParisTech and Paris Dauphine University**, she began her career as a technical adviser in the office of Prime Minister Jean-Pierre Raffarin, then as Chief of Staff to Serge Lepeltier, Minister of Ecology and Sustainable Development. In 2005, she became Director of Sustainable Development for the Sanofi-Aventis Group. From 2007 to 2012, she served as Chief of Staff to Nathalie Kosciusko-Morizet, in various State secretariats and then at the Ministry of Ecology, Sustainable Development, Transport and Housing. Today, Marie-Claire Daveu defines the Kering Group's strategy and ambitious objectives while implementing a framework of best practices. Here's our interview.

Aujourd'hui, Marie-Claire Daveu définit la stratégie et les objectifs ambitieux du groupe Kering tout en mettant en place un ensemble de pratiques d'excellence. Rencontre...

## Quel est précisément votre rôle au sein de Kering ?

J'ai rejoint Kering afin de piloter la stratégie de développement durable et les affaires institutionnelles internationales du groupe. Mon rôle est de transformer la vision de notre Président-directeur général, François-Henri Pinault, en une feuille de route ambitieuse et concrète, et développer les programmes et les processus qui vont permettre à nos maisons de créer des produits éco-conçus, c'est-à-dire moins « impactants » pour l'environnement. Entre le siège et les maisons, ce sont plus de 50 personnes qui sont mobilisées sur ces enjeux.

## What exactly is your role within Kering?

I joined Kering in order to steer the group's sustainability strategy and international institutional affairs. My role is to transform the vision of our Chairman and CEO, François-Henri Pinault, into an ambitious and concrete roadmap, and to develop the programs and processes that will enable our brands to create eco-designed products, i.e. products that have less "impact" on the environment. Over 50 people are working on these issues at our headquarters and in the Houses.

## Travailler en étroite collaboration avec un patron extrêmement impliqué (François-Henri Pinault, ndlr), avantage ou inconvénient ?

Avantage, sans conteste. Si j'ai rejoint Kering, c'est précisément à cause de la conviction profonde de François-Henri Pinault qui a fait du développement durable l'une des priorités centrales du groupe dès 2005. Pour faire bouger rapidement les lignes dans une entreprise, et être leader sur ces sujets-là, il est indispensable que le top management soit constamment « moteur » !

## Working closely with an extremely committed boss (François-Henri Pinault, editor's note), is that an advantage or a disadvantage?

An advantage, without a doubt. If I joined Kering, it is precisely because of François-Henri Pinault's deep conviction, making sustainability development one of the group's central priorities as early as 2005. In order to rapidly move the lines in a company, and to be a leader on these issues, it is essential to have the top management acting as a constant "driving force"!

## Quelle est la définition d'un luxe durable et responsable selon le groupe Kering ?

Un luxe durable et responsable est un luxe qui prend en compte les réalités d'aujourd'hui et anticipe celles de demain. C'est un luxe moderne qui intègre les dimensions environnementales et sociales tout au long du cycle de vie du produit, notamment depuis le design jusqu'aux boutiques. Pour Kering, développement durable et qualité ne font qu'un, nos produits doivent être exceptionnels et irréprochables, y compris sur le plan environnemental.

## What is the definition of sustainable and responsible luxury according to Kering?

Sustainable and responsible luxury is one that takes into account the realities of today and anticipates those of tomorrow. It is a modern luxury that integrates environmental and social dimensions throughout the product life cycle, from design to retail. For Kering, sustainability development and quality are one and the same: our products must be exceptional and irreproachable, including from an environmental point of view.



©Jean-François Robert\_modds

**Quels sont les objectifs environnementaux du groupe et est-il possible de mesurer l'efficacité de vos efforts au fil de quelques chiffres ?**

Nous avons lancé en 2017 un deuxième chapitre d'objectifs ambitieux à l'horizon 2025, comprenant notamment la réduction de notre empreinte environnementale de 40 %, la réduction de nos émissions de gaz à effet de serre de 50 %, une chaîne d'approvisionnement 100% transparente et un « impact net positif » sur la biodiversité.

L'an dernier, nous avons publié un premier rapport d'étape confirmant que nous étions en bonne voie pour atteindre nos objectifs. Parmi les progrès dont nous pouvons nous targuer, nous avons déjà réussi à tracer 88 % de nos matières premières clés, aligné 68 % de nos fournisseurs sur les standards de Kering, et nous nous approvisionnons à 100 % en or éthique.

**Comment avez-vous réagi, vous, le groupe, François-Henri Pinault, à la demande du président Macron au sujet du Fashion Pact ?**

**Est-il facile pour un groupe travaillant dans une industrie très concurrentielle de contacter d'autres groupes, d'autres maisons, afin de travailler de concert sur un projet commun? Combien de marques aujourd'hui sont engagées dans le Fashion Pact ? Objectif atteint ?**

La demande du président Emmanuel Macron à François-Henri Pinault était de bâtir une coalition rassemblant des acteurs majeurs du secteur de la mode, au niveau international, afin qu'ils s'engagent sur un tronc commun d'objectifs environnementaux les plus chiffrés possibles. Cette initiative devait montrer que le secteur privé était capable de se mobiliser sur des questions environnementales-clés.

En août 2019, au G7 de Biarritz, François-Henri Pinault présentait ainsi le « Fashion Pact ». Cette coalition est historique par son ampleur et par sa diversité : plus de 60 entreprises mondiales de la mode et du textile ont signé le Fashion Pact, soit près de 200 marques. Cela représente un tiers du secteur de la mode dans le monde en volume. L'objectif est donc amplement atteint et nous en sommes fiers. Nous sommes persuadés que les défis environnementaux dépassent les questions de concurrence : de notre capacité à unir nos forces dépendra notre réussite.

**2021 est l'année de la biodiversité, comment le groupe Kering va-t-il s'intégrer plus particulièrement dans cette thématique ?**

La biodiversité est effectivement une thématique qui sera sous les projecteurs cette année. Parce que nous puisons dans les ressources naturelles pour concevoir nos produits, le luxe est intimement lié à la biodiversité.

Il est donc de notre responsabilité de la préserver. Nous avons publié notre première stratégie biodiversité en juillet 2020. L'enjeu est de contribuer à enrayer la perte de biodiversité, rétablir les écosystèmes et les espèces, et impulser un changement systémique tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Notre objectif est d'atteindre un « impact net positif » sur la biodiversité à horizon 2025 en régénérant et en protégeant une superficie six fois supérieure à l'empreinte écologique totale de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement du groupe, depuis la production des matières premières, dans les 5 années à venir.

Pour soutenir la réalisation de cette stratégie, nous avons mis en place, de manière opérationnelle, un « Fonds Régénératif pour la Nature » en partenariat avec Conservation International. Ce fonds va soutenir des projets d'agriculture régénératrice prometteurs partout sur la planète, avec l'objectif de convertir un million d'hectares de terres à des pratiques régénératrices.

**Restez-vous optimiste pour demain malgré l'ampleur de ce qu'il reste à accomplir ?**

Nous avons 10 ans tout au plus pour inverser la tendance, tant sur le climat que sur la biodiversité. Nous sommes dans une course contre la montre où l'industrie de la mode a un rôle essentiel à jouer, notamment en collaborant avec d'autres acteurs, afin d'atteindre ses objectifs environnementaux. Il est aujourd'hui urgent d'agir et d'accélérer.

Il est urgent d'être en permanence dans l'action et dans l'innovation, en avançant chaque jour à son échelle mais avec ténacité - et optimisme, bien évidemment !



**Stratégie biodiversité**

Pour préserver les ressources naturelles qui constituent le socle de ses activités, Kering œuvre à leur protection et leur pérennité au travers de nombreuses actions. Aujourd'hui, le Groupe va plus loin dans sa démarche en dévoilant sa Stratégie biodiversité. Cette démarche se structure autour de quatre phases : éviter, réduire, restaurer & régénérer, et transformer.

**Biodiversity strategy**

Kering has launched a number of initiatives to ensure the protection and sustainability of natural resources. The Group's overall goal is to preserve such resources, which play a pivotal role in its activities.

Today the Group is taking a step further by unveiling its Biodiversity strategy. Our approach is organized into four stages: avoid, reduce, restore & regenerate, and transform.



En Guyane française, Kering soutient depuis deux ans un programme garantissant des conditions d'extraction de l'or répondant à des critères environnementaux très élevés, et qui reforeste et revégétalise 100 % des terres exploitées, avec l'aide de son partenaire Solicaz, une société d'ingénierie écologique et agroécologique basée en Guyane. Photo : à gauche, Marie-Claire Daveu, Kering ; à droite, Elodie Brunstein, Solicaz.

**What are the group's environmental objectives and is it possible to measure the effectiveness of your efforts through a few key figures?**

In 2017, we launched a second phase of ambitious objectives for 2025, including a 40% reduction in our environmental footprint, a 50% reduction in greenhouse gas emissions, a 100% transparent supply chain and a "net positive impact" on biodiversity.

Last year, we published a first progress report confirming that we were on track to meet our objectives. Among the progress we can be proud of, we have already managed to track 88% of our key raw materials, aligned 68% of our suppliers with Kering standards, and are sourcing 100% ethical gold.

**How did you, the group, François-Henri Pinault, react to President Macron's request regarding the Fashion Pact? Is it easy for a group working in a very competitive industry to contact other groups, other houses, in order to work together on a common project? How many brands are currently involved in the Fashion Pact? Is the goal achieved?**

President Emmanuel Macron's request to François-Henri Pinault was to build a coalition bringing together major players

in the fashion industry, at the international level, to commit to a common core of environmental objectives, as detailed as possible. This initiative was to show that the private sector was capable of mobilizing on key environmental issues. In August 2019, at the G7 meeting in Biarritz, François-Henri Pinault presented the "Fashion Pact".

This coalition is historic in its scope and diversity: over 60 global fashion and textile companies have signed the Fashion Pact, which means nearly 200 brands. This represents a third of the world's fashion industry in volume terms. The objective has therefore been largely achieved and we are proud of it.

We are convinced that environmental challenges go beyond competitive issues: our success will depend on our ability to join forces.

**2021 is the year of biodiversity, how will the Kering Group fit more specifically into this theme?**

Biodiversity is indeed a theme that will be in the spotlight this year. Because we draw on natural resources to design our products, luxury is intimately linked to biodiversity. It is therefore our responsibility to preserve it. We published our first biodiversity strategy in July 2020. The challenge is to help halt the loss of biodiversity, restore ecosystems

and species, and drive systemic change throughout the supply chain. Our goal is to achieve a "net positive impact" on biodiversity by 2025, by regenerating and protecting an area six times larger than the total ecological footprint of the entire Group's supply chain, from raw materials production, within the next five years.

To support the implementation of this strategy, we have set up, in an operational manner, a "Regenerative Fund for Nature" in partnership with Conservation International. This fund will support promising regenerative agriculture projects around the world, with the objective of converting one million hectares of land to regenerative practices.

**Do you remain optimistic for the future despite the magnitude of what remains to be done?**

We have 10 years at the most to reverse the trend, both in terms of climate and biodiversity.

We are in a race against time where the fashion industry has an essential role to play, notably by working with other players to achieve its environmental objectives. It is now urgent to act and to accelerate. It is urgent to be constantly engaged in action and innovation, moving forward every day on one's own scale but with tenacity - and optimism, of course!



Par Hervé Borne

# ACTIONS KERING, SUR TOUS LES FRONTS !

Sous l'impulsion d'un décideur convaincu, François-Henri Pinault, le groupe Kering est sans conteste possible la figure de proue du luxe responsable. Gros plan sur certaines de ses actions tangibles.

Under the impetus of a convinced decision-maker, François-Henri Pinault, the Kering group is unquestionably the figurehead of responsible luxury. Close-up on some of its tangible actions.



**Gucci a lancé la ligne Off The Grid**, une collection Gucci Circular Lines née de collaborations avec Jane Fonda, Lil Nas X, King Princess, Miyavi et David de Rothschild, têtes d'affiche de la campagne internationale dédiée. Cette collection utilise des matières recyclées, biologiques, naturelles et durables, notamment l'ECONYL®, un nylon régénéré composé de chutes et de déchets issus de la pré et post consommation.

**Gucci launched Off The Grid**, a Gucci Circular Lines collection born from collaborations with Jane Fonda, Lil Nas X, King Princess, Miyavi and David de Rothschild, who spearhead the dedicated international campaign. The collection uses recycled, organic, natural and sustainable materials, including ECONYL®, a regenerated nylon made from scraps and waste from pre and post consumption.



**Bottega Veneta vient de lancer la Puddle boot**, une réinterprétation de la classique botte de pluie. Ultra légère et imperméable, cette collection de bottes est fabriquée dans un innovant polymère biodégradable.

**Bottega Veneta has just launched the Puddle boot**, a reinterpretation of the classic rain boot. Ultra lightweight and waterproof, this collection of boots is made of an innovative biodegradable polymer.



**KERING EYEWEAR** utilise pour certaines de ses montures, dont les modèles Balenciaga de la collection automne-hiver, du Rilsan, un polymère partiellement biosourcé issu de ressources naturelles (graines de ricin). Les graines de ricin utilisées sont récoltées plusieurs fois par an et ne concurrencent pas les autres cultures vivrières. En outre, le ricin est cultivé sur un sol pauvre dans des zones semi-arides et nécessite très peu d'eau. L'utilisation du Rilsan dans la fabrication de montures de lunettes permet donc de réduire les émissions de CO2.

**KERING EYEWEAR** uses Rilsan, a partially biosourced polymer made from natural resources (castor beans), for some of its frames, including Balenciaga models in the Fall-Winter collection. The castor seeds used are harvested several times a year and do not compete with other food crops. In addition, castor beans are grown on poor soil in semi-arid areas and require very little water. The use of Rilsan in the manufacture of eyeglass frames therefore reduces CO2 emissions.



**Balenciaga a signé un partenariat avec le World Food Programme**, le Programme Alimentaire Mondial des Nations Unies. La collection de prêt-à-porter et d'accessoires née de cette collaboration permet de sensibiliser et de soutenir financièrement les actions de cet organisme qui lutte contre la faim dans le monde.

Un partenariat auquel s'ajoute l'engagement de la maison pour réduire l'empreinte de ses défilés en testant notamment des solutions de recyclage et de seconde vie des matériaux utilisés.

**Balenciaga has signed a partnership with United Nations' World Food Programme.** The ready-to-wear and accessories collection born from this collaboration allows to raise awareness and financially support the actions of this organization that fights against hunger in the world.

This partnership is complemented by the company's commitment to reduce the footprint of its fashion shows by testing solutions for recycling and giving a second life to the materials used.



Par Caroline Schwartz

# VERS UN LUXE RESPONSABLE

La crise mondiale a mis en lumière la surconsommation et ses effets dévastateurs. C'est une pilule difficile à avaler sachant à quel point les effets de nos vêtements sur l'environnement peuvent être néfastes. Il faut environ 2'700 litres d'eau pour fabriquer un seul t-shirt en coton et 7'600 litres pour un jean.

The global crisis has brought to light overconsumption and its devastating effects. It's a tough pill to swallow knowing how bad the effects of our clothes on the environment can be. It takes about 2,700 liters of water to make a single cotton t-shirt and 7,600 liters for jeans.



AZ Factory SS21

Collectivement, l'industrie de la mode a eu un impact significatif sur l'état actuel de l'environnement. Oui, la terre en tant que système biologique est capable de se guérir d'elle-même. Malheureusement, au rythme auquel va notre surconsommation, les effets néfastes sont bien trop importants pour s'inverser d'eux-mêmes.

La prise de conscience des enjeux environnementaux de certaines maisons de luxe est désormais une réalité qui se met en place. Afin de s'ancrer dans une dimension

responsable, réinventer la conception de leur collection dans une approche plus éthique et écologique devient une priorité aussi urgente que complexe. La plupart des maisons de luxe s'engagent aujourd'hui vers une mode plus responsable. Individuellement, déjà : Prenons l'exemple de la maison Hermès, guidée par son ADN d'artisan, attachée à la durabilité des produits et à l'art de la création respectueuse de l'environnement à bien des égards ; de Prada et sa collection re-nylon entièrement composée de nylon recyclé.

Ou encore d'Albert Elbaz, qui revient avec AZ Factory, une collection dont les jupes sont en en nylon recyclé, et dont chaque pièce peut être lavée à la main, ce qui élimine les impacts (et les factures) du nettoyage à sec, tout en réduisant la consommation d'eau et d'électricité des machines à laver. Collectivement ensuite, par le biais du Fashion Pact, coalition mondiale de 120 entreprises du secteur de la mode, initié en 2019 par François-Henri Pinault, PDG du groupe Kering, à la demande du Président Emmanuel Macron. Ou du récent événement digital LVMH Climate Week, ayant réuni quatre directeurs artistiques du groupe invités à partager leur vision de l'alliance entre créativité et responsabilité environnementale.

Collectively, the fashion industry has had a significant impact on the current state of the environment. Yes, the Earth as a biological system is able to heal itself. Unfortunately, at the rate at which overconsumption is going, the detrimental effects are far too great to reverse on their own.

The awareness of the environmental issues by certain luxury brands is taking hold and is being implemented. Trying to anchor themselves in a responsible dimension, reinventing the design of their collection in a more ethical and ecological approach is becoming a definitely urgent, yet complex priority. Most luxury brands are now committed to more responsible fashion. Individually, let's take the example of Hermès, guided by its artisanal DNA, committed to the sustainability of products and to the art of creation that respects the environment in many respects. Prada and its re-nylon collection entirely made of recycled nylon. Or, Albert Elbaz, who returns with AZ Factory, a collection whose skirts are made of recycled nylon, and each piece can be washed by hand, which eliminates the impacts (and bills) of dry cleaning, while reducing the water and electricity consumption required by washing machines.

Collectively, through the Fashion Pact, a global coalition of 120 companies in the fashion sector, has started. It was initiated in 2019 by François-Henri Pinault, CEO of the Kering group, at the request of President Emmanuel Macron. Not to mention the recent LVMH Climate Week digital event, which brought together four artistic directors of the group invited to share their vision of the alliance between creativity and environmental responsibility.

Sur le site internet de nombreuses marques, retrouvez une rubrique développement durable qui présente leurs engagements et actions.



L'une des signataires du Fashion Pact et participante à la LVMH Climate FashionWeek, conseillère spéciale de Bernard Arnault en développement durable, Stella McCartney, fait figure de précurseur et elle est sans doute la créatrice la plus green.

Une autre puissante activiste de la mode, la créatrice Marine Serre n'émet visiblement pas une vision utopiste, en imaginant déjà une nouvelle ère dans près d'une décennie avec sa collection « Radiation » qui expose les hypothèses de ce que pourrait être la mode dans 5 à 10 ans. Marine Serre prend en compte les enjeux écologiques de manière radicale, arborant de façon ingénieuse une dichotomie entre abondance du luxe et minimalisme écologique. Ses collections sont en effet composées à plus de 50% de matériaux recyclés.

Climat, protection des océans, biodiversité, les engagements sont multiples et les acteurs du secteur du luxe engagés de plus en plus nombreux. Avec des actions permises par les nouvelles technologies : recyclage des matières, innovations textiles, réduction des émissions de CO2... Les mœurs commencent donc enfin à évoluer vers une vision plus éthique et responsable, qui pourrait bien radicalement bouleverser les codes du luxe, la pandémie ayant certainement accéléré le processus.

Nous entrons ainsi dans une ère où marketing et engagement vont désormais de pair. Aujourd'hui les valeurs représentées par une marque lui donnent du pouvoir. La clientèle du luxe est en réelle mutation, grâce aux actions menées par des maisons influentes.

One of the Fashion Pact signatories and LVMH Climate FashionWeek participant, as well as Bernard Arnault's special advisor on sustainable development, Stella McCartney, is a pioneer and certainly the greenest designer. Another powerful fashion activist, designer Marine Serre obviously doesn't convey a utopian vision, already imagining a new era in nearly a decade with her "Radiation" collection which exposes the hypotheses of what fashion could be in 5 to 10 years. Marine Serre takes into account ecological issues in a radical way, ingeniously displaying a dichotomy between abundance of luxury and ecological minimalism. Her collections are in fact made up of more than 50% recycled materials.

Climate, protection of the oceans, biodiversity, these are the many commitments and the players in the luxury sector are proving to be more and more involved, with content evolving actions enabled by new technologies: recycling of materials, textile innovations, reduction of CO2 emissions, and more. Morals are finally beginning to evolve towards a more ethical and responsible vision which could very radically transform the codes of luxury. A process that has also been accelerated by the ongoing pandemic. We are now entering an era where marketing and engagement go hand in hand. Today the values represented by a brand give it power. The luxury clientele is undergoing real change, thanks to actions carried out by influential brands.



## Pourrait-on assister à un changement radical dans le paysage de la mode de luxe en 2021 ?

C'est en tout cas l'une des principales raisons pour lesquelles le minimalisme a pris le dessus dans les collections, le luxe se manifestant bien plus subtilement aujourd'hui qu'il y a quelques années... Grâce à un effort collectif, le changement peut devenir une réalité. Bonne nouvelle, la liste des maisons engagées dans ce changement est longue et ces pages ne suffiront pas à citer tout ce qui a été entrepris dans ce sens à ce jour. Néanmoins, nous avons répertorié l'essentiel des actions eco-responsables initiées par l'industrie du luxe.



The new B-Echo collection for Spring/Summer 2021, furthers Bally's commitment towards a better future

## Could we witness a radical change in the luxury fashion landscape in 2021?

In any case, this is one of the main reasons why minimalism has taken over in collections and luxury is manifesting itself much more subtly today than a few years ago ... Through a collective effort, change can become a reality. Good news is, the list of luxury brands committed to this change is long and this article wouldn't be enough to cite all the commitments known to date. However, we have listed most of the eco-responsible actions initiated by the luxury industry.

## Arrêt la production de fourrures animales :

Stella McCartney a été parmi les premières à ne plus utiliser de cuir animal et autres peaux exotiques dans ses productions dès 2001, suivie par Givenchy en 2017, Chanel en 2018 et plus récemment Gucci.

L'upcycling est devenu star ; en effet, l'action de transformer des produits en de nouvelles pièces fait l'objet de nombreuses collections signées par des noms comme Hermès ou Louis Vuitton.



Par la Rédaction

# HERMÈS, UNE MAISON ENGAGÉE ET ÉCO-RESPONSABLE

HERMES. A COMMITTED AND ECO-RESPONSIBLE HOUSE

Comment gérer le paradoxe de notre temps, où nous devons prendre en charge les conséquences de notre succès et du progrès ? Comment rendre à la nature ce qu'elle nous donne ? Il y aurait bien d'autres questionnements du même genre pour qualifier les défis que nous devons relever.

How can we deal with the paradox of our time, in which we have to take responsibility for the consequences of our success and progress? How can we give back to nature what it gives us? There are many other questions along the same lines to describe the challenges we face.

**La Maison Hermès n'a pas attendu pour essayer de trouver des réponses. Depuis plusieurs années déjà, Hermès se mobilise pour un monde plus durable et éco-responsable et ne ménage pas ses efforts pour minimiser son empreinte sur l'environnement. Savoir-faire, durabilité des objets, artisanat, transmission, qualité et authenticité des matières, autant de points fondamentaux de son engagement en matière de développement durable et d'économie éco-responsable.**

Les matières les plus emblématiques d'Hermès, telles que le cuir, la soie et le cachemire, sont toutes naturelles et renouvelables. Ce sont des matières très contrôlées et maîtrisées et elles permettent la création d'objets d'exception.

Depuis 1837, la nature est une source d'inspiration pour Hermès. Au Brésil, la soie, matière renouvelable, provient des vers à soie qui se nourrissent des feuilles des mûriers, qui eux-mêmes contribuent à la régénération des sols. La production de la soie est pour Hermès un réel éco-système à 360°. L'essentiel des cuirs qu'Hermès utilise provient de l'élevage destiné à l'alimentation. Si l'animal est bien traité, la peau sera belle.

### Non au gaspillage des matières

Mais l'artisanat d'Hermès ne s'arrête pas à la maîtrise et au contrôle de la consommation des matières, il s'engage aussi dans l'optimisation de leur usage et dans la lutte contre le gaspillage. Cela revient à acheter mieux pour ne consommer que ce qui est nécessaire et produire des objets durables. Robert Dumas ne disait-il pas « qu'un produit de luxe était un produit qui se répare » ?

Quid des déchets issus de la production des objets ? Là aussi, des moyens ont été déployés pour rentabiliser l'usage interne des matières et introduire la notion du « up-cycling ».

« petit h » en est un exemple. Une belle idée qui est devenue une aventure incroyable et pérenne, commencée il y a quelques années à l'initiative de Pascale Mussard, membre de la famille Hermès. « petit h » est un succès incontesté de la politique de gestion et de la rentabilité des déchets de la Maison Hermès.

**Hermès did not wait to try to find answers. For several years now, the House has been advocating for a more sustainable and eco-responsible world and has spared no effort to minimize its environmental footprint. Know-how, durability of objects, craftsmanship, transmission, quality and authenticity of materials, all are fundamental points of its commitment to sustainable development and an eco-responsible economy.**

Hermès' most emblematic materials, such as leather, silk and cashmere, are all natural and renewable. They are highly controlled and mastered materials that enable the creation of exceptional objects.

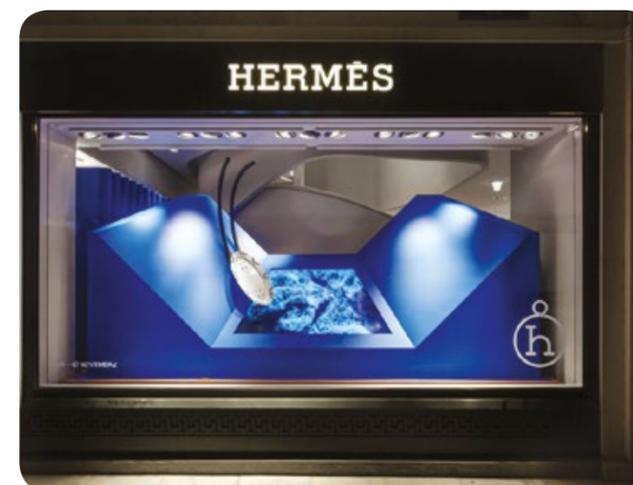
Since 1837, nature has been a source of inspiration for Hermès. In Brazil, silk, a renewable material, comes from silkworms that feed on the leaves of mulberry trees, which themselves contribute to the regeneration of the soil. For Hermès, silk production is a true 360-degree eco-system. Most of the leather used by Hermès comes from food animal production. If the animal is treated well, the skin will be beautiful.

### No more wasting materials.

But the Hermès craftsmanship does not stop at mastering and controlling the consumption of resources, it also commits to optimizing their use and fighting against waste. This amounts to buying better to consume only what is necessary and to produce durable objects. Didn't Robert Dumas say that « a luxury product is one that can be repaired »?

What about the waste resulting from the production of objects? Here too, means have been deployed to make the internal use of materials profitable and to introduce the notion of « up-cycling ».

«Petit h» is an example of this. A beautiful idea that has become an incredible and long-lasting adventure, begun a few years ago on the instigation of Pascale Mussard, a member of the Hermès family. «petit h» is an undeniable success of the Hermès waste management policy and profitability.



### « petit h » - Une nouvelle vie aux matières et aux objets

« petit h » est une collection éphémère faite de produits singuliers et uniques. Elle est issue d'une démarche créative qui regroupe dans un même atelier des créateurs et des artisans, qui conçoivent des objets uniques à partir de matières et d'objets non utilisés par les ateliers d'Hermès.

Au printemps 2021, grâce au conservatoire des créations Hermès, «petit h» présentera une dizaine de créations inédites à partir des arçons datant des années 60, témoignant une fois encore de l'excellence des savoir-faire et du dialogue entre artisan(s), artiste(s) et matière(s).



petit h à Genève - 2018

### « petit h » - Bringing new life to materials and objects

«petit h» is an ephemeral collection of singular and unique products.

It is the result of a creative approach that brings together in the same workshop creators and craftsmen, who produce unique objects from materials and objects left unused by the Hermès workshops.

In the spring of 2021, thanks to the Conservatoire des créations Hermès, «petit h» will present a dozen new creations based on pommels dating from the 1960s, once again testifying to the excellence of the know-how and the dialogue between craftsman(s), artist(s) and material(s).

### Hermès s'engage aussi pour la biodiversité

En signant en 2019 le « Fashion Pact » lors du G7 de Biarritz, Hermès s'est engagée à protéger et à contribuer à la restauration des écosystèmes et à la protection des espèces.

### Hermès, au service de la beauté utile et éco-responsable

En mars 2019, Hermès passait de l'Orange au Rouge en lançant un nouveau métier dédié à la Beauté, avec une première collection de Rouges à lèvres. Dans une volonté de limiter son empreinte écologique sur la planète, Hermès a imaginé des Rouges à lèvres sublimés dans un tube rechargeable en métal laqué, pour ne pas avoir à remplacer l'emballage à chaque nouvel achat, et limiter ainsi les déchets.

### Hermès is also committed to biodiversity

By signing the «Fashion Pact» in 2019 at the Biarritz G7 Summit, Hermès is committed to protecting and contributing to the restoration of ecosystems and species protection.

### Hermès, promoting useful and eco-responsible beauty

In March 2019, Hermès switched from Orange to Red by launching a new business dedicated to Beauty, with a first collection of Lipsticks. In an effort to limit its ecological footprint on the planet, Hermès designed sublimated lipsticks in a refillable lacquered metal tube, so that the packaging does not have to be replaced with each new purchase, thereby limiting waste.





# FAIRE DU SHOPPING DANS SON PLACARD, OU PRESQUE

SHOPPING IN ONE'S OWN CLOSET. OR ALMOST

Par Isabelle Cerboneschi

Et si la mode ne se démodait plus ? Les frontières entre les genres, la nuit l'on assiste à de sempiternels allers-retours entre passé et présent.

What if fashion didn't go out of fashion anymore? The boundaries between genres, night, day and seasons have become porous and there are endless back and forth between past and present.



Hermès SS21

Il suffit de regarder les collections du printemps-été 2021 pour voir apparaître de grands classiques intemporels. Les confinements multiples y sont peut-être pour quelque chose. En tout cas, cela donne envie de tout garder et de faire aussi du shopping dans son placard.

« La mode se démode, le style jamais », affirmait Gabrielle Chanel. Et si elle n'avait pas tout à fait raison ? Et si la mode ne se démodait jamais, ou pour un temps seulement ?

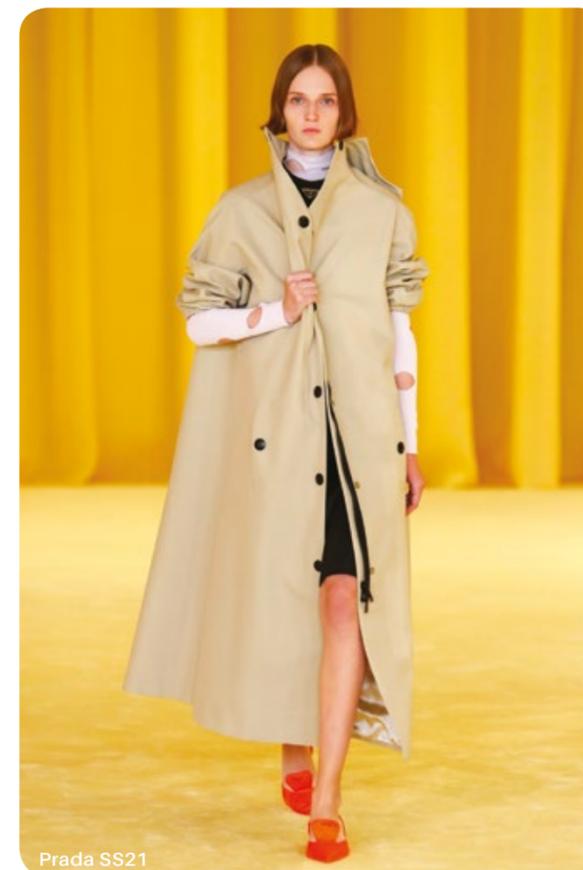
C'est à cela que l'on pense en regardant les collections de prêt-à-porter printemps-été 2021 signées Celine, Chanel, Tom Ford, Prada, Hermès, pour ne citer que ces marques. Jamais nous n'aurions pensé voir un jour revenir des pantalons de jogging gris, dans l'esprit des années 90, sur un podium. Et pourtant... Hedi Slimane ne s'est pas contenté d'exhumer l'esprit de la maison et certains codes, il a aussi remis à l'honneur cette pièce hybride, à mi-chemin entre le vêtement de sport et le pyjama. Les confinements multiples sont passés par-là. Autant être confortablement chic quand on n'est plus obligée d'aller au bureau et que l'on peut se contenter d'être une femme tronc lors d'une réunion Zoom. Un petit blouson de soie griffé porté avec un jogging gris siglé Celine, ou Victoria Beckham font parfaitement l'affaire. Karl Lagerfeld, lui, avait redonné des couleurs dans la collection Chanel automne-hiver 2014. Avait-il anticipé des lendemains qui ne chanteraient pas ? Sûrement pas. Qu'importe, le bon vieux jogging gris est devenu le meilleur allié de notre nouveau quotidien.

Just look at the spring-summer 2021 collections to

see timeless classics. Perhaps the multiple lockdowns have something to do with it. Either way, it makes you want to keep everything and shop in your own closet.

« Fashion goes out of fashion, style never does », said Gabrielle Chanel. What if she wasn't quite right? What if fashion never goes out of fashion, or only temporarily?

That's what comes to mind when looking at the spring-summer 2021 ready-to-wear collections signed by Celine, Chanel, Tom Ford, Prada, Hermès, to name just a few brands. We never thought we'd see grey jogging pants, in the spirit of the 90s, back on the cat-walk one day. And yet... Hedi Slimane didn't only exhume the spirit of the house and certain codes, he also put this hybrid piece back in the spotlight, halfway between sports-wear and pajamas. The multiple lockdowns have made their mark. You might as well be comfortably chic since you don't have to go to the office anymore, and you can just be a female torso at a Zoom meeting. A small silk jacket with a grey jogging suit with a Celine or Victoria Beckham logo on it will do the trick. Karl Lagerfeld had given it back its colors in the Chanel fall-winter 2014 collection. Did he anticipate a not-so-bright tomorrow? He certainly didn't. Anyway, good old grey jogging shoes have become the best ally of our new daily life.



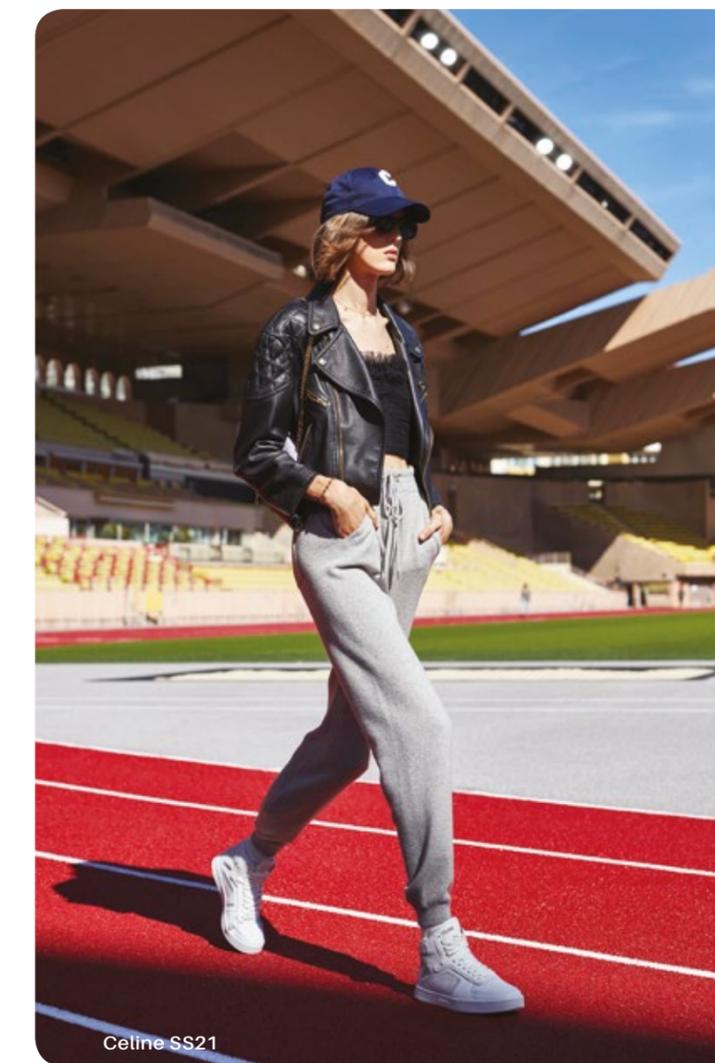
Prada SS21

Après la présentation de la collection printemps-été Prada, qu'ils ont co-créée, Miuccia Prada et Raf Simons ont répondu aux questions que leur ont posées des étudiants issus d'écoles de design et de mode du monde entier. Ils ont répondu notamment à celle-ci, plus d'actualité que jamais : Est-ce qu'il existe des créations authentiquement "nouvelles" ou est-ce que tout est une question de réinvention ? « La mode en général espère faire du neuf, chaque designer veut être neuf, a répondu Raf Simons. Je pense que lorsqu'on est [dans la mode] depuis longtemps, plusieurs décennies, il est important de savoir rafraîchir son propre travail. La pure « nouveauté », c'est quelque chose que l'on n'a jamais vue. Cela voudrait dire que ce serait une nouvelle personne qui arriverait, d'une nouvelle génération, et qui viendrait avec du neuf. » « C'est presque impossible, a en-chéri Miuccia Prada. Notre présent est fait de notre passé. La nouveauté dans la mode ne peut naître que d'une incroyable révolution. Par exemple la mini-jupe, qui était une aberration. C'est notre souci de tout le temps, mais ce n'est pas si pertinent que cela. »

Or donc, depuis des décennies les magazines de mode parlent de nouvelles tendances, de nouveautés, mais lorsque l'on écoute les créateurs eux-mêmes, le « neuf », dans la mode, serait une aberration ? En tout cas, les collections printemps-été 2021 sont là pour le prouver. Aucune marque, aucun designer, n'a essayé de révolutionner la mode cette saison. Chacun a présenté son vestiaire idéal, avec des propositions originales, mais certainement pas révolutionnaires. Une sincérité qu'il fait bon d'appréhender en cette période d'incertitude. Comment s'habiller pour ce printemps-été 2021 et les suivants ? Déjà, penser à s'offrir quelques pièces emblématiques intemporelles.

After the presentation of the Prada spring-summer collection, which they co-created, Miuccia Prada and Raf Simons answered questions from students from design and fashion schools around the world. They answered this one in particular, which is more topical than ever: Are there genuinely "new" creations or is it all a matter of reinvention? "Fashion in general aims to be new, every designer wants to be new, answered Raf Simons. I think when you've been [in fashion] for a long time, decades, it's important to know how to refresh your own work. Pure 'newness' is something we've never seen before. It would mean that it would be a new person coming in, a new generation, and coming with some-thing new." "It's almost impossible," said Miuccia Prada. "Our present is built on our past. The novelty in fashion can only arise from an incredible revolution, for example the mini-skirt, which was an aberration. This is our concern all the time, but it's not that relevant."

So, for decades fashion magazines have been talking about new trends, new things, but when you listen to the designers themselves, the "new" in fashion would be an aberration? Anyway, the spring-summer 2021 collections are there to prove it. No brand, no designer, has tried to revolutionize fashion this season. Everyone presented their ideal wardrobe, with original proposals, but certainly not revolutionary. A sincerity that it is good to apprehend in these uncertain times. How to get dressed for this spring-summer 2021 and the following ones? Already, think about offering yourself some timeless emblematic pieces.



Celine SS21

**En passant en revue l'ensemble des collections, on retrouve des looks qui ont marqué des époques beaucoup plus libres, plus joyeuses que la nôtre.**

Et c'est peut-être ainsi que s'effectuera le choix dans les boutiques, lorsqu'elles pourront ouvrir leurs portes à nouveau. Ressembler à Madonna dans « Seeking Susan Desperately » en regardant les looks Celine ? Ou à Romy Schneider dans le film « Une histoire simple », de Claude Sautet devant la collection Hermès dessinée par Nadège Vanhee-Cybulski, avec une jupe au-dessus du genou fermée par des pattes de resserrage à la ceinture ? Difficile de ne pas remarquer la beauté et l'équilibre de ces manteaux longs aux épaules larges signés Louis Vuitton, ou l'un de ces trenchs indémodables signés Prada. Et se laisser surprendre par la paire de jeans large à pinces très années 80 ou par le blouson à paillettes porté sur un pantalon fluide façon Palace, vus lors du défilé Chanel.

**Pour rafraîchir son dressing façon 2021,** certaines iront courir les magasins de « second hand », en espérant tomber sur le petit blouson court parfait qui aura traversé les décennies et sera tombé en disgrâce dans un container du Secours social protestant, mais qui pourra vivre une nouvelle vie. Certaines commanderont directement sur le site de Courrèges le fameux blouson emblématique de 1971 en vinyle, de sa collection Rééditions. Celles qui ne jettent rien, et qui auront eu la chance d'avoir des femmes qui les ont précédées, des femmes qui aimaient la mode et auront eu le bon goût de léguer leurs trésors à leurs filles, leurs nièces ou leurs petites-filles, feront du shopping dans leur placard. Elles en sortiront des jupes, des pantalons taille haute avec un boléro année 80, comme on a pu le voir dans la dernière collection de Jacquemus. Elles porteront leurs capes Bonnie Cashin, cette créatrice américaine dont les vêtements ont été « revisités » par un peu tout le monde, leur smoking Yves Saint Laurent, bien avant ceux que Tom Ford a dessinés pour sa collection printemps-été 2021, et d'autres perles.

**En 2021, un vestiaire est le résultat d'un juste équilibre entre passion et bon sens.** Les crises économiques récurrentes et une conscience accrue des enjeux écologiques ont eu un impact sur la manière dont de nombreuses femmes achètent leurs vêtements depuis quelques années. Avec la pandémie de Covid, on peut parler de révolution. Dans une interview, l'éco-guerrière Livia Firth, fondatrice de l'agence de consulting Eco Age confiait : « Avant d'acheter un vêtement, demandez-vous : vais-je le porter 30 fois ? » Un conseil qui permet d'éviter les tentations de la fast fashion. Chaque année, rappelons-le, ce sont 1,5 milliard de vêtements qui sont cousus par environ 40 millions de personnes travaillant dans quelque 250 000 usines installées principalement dans les pays les moins développés du monde.

**Quand on y pense, on n'a pas besoin d'autant de vêtements que cela pour être parfaite en 2021.** Lorsque l'on veut construire une garde-robe à la fois durable et dans l'air du temps qu'il fait, fera et refera un jour, il est bon de garder quelques pièces belles et indémodables qui ont l'art de traverser les temps et de revenir hanter les collections à intervalles réguliers. Grace Coddington, l'ex-directrice artistique du Vogue américain, porte des pantalons noir et des chemises Prada. Chaque année, la marque italienne lui fabrique 20 chemises : dix en noir et dix en blanc. Parfois, lors des défilés parisiens, on a pu l'apercevoir porter des robes en été, et très rarement de la couleur, mais son uniforme la rend reconnaissable, avec sa chevelure de feu.

Pour construire son vestiaire idéal, dans lequel on aura plaisir à venir et revenir puiser, telle une boutique ouverte 24h sur 24, il faut déjà investir dans des pièces si belles qu'elles nous suivront une vie durant. Les collections du printemps-été en sont remplies. Une garde-robe se construit un peu comme une bibliothèque où l'on déposerait d'abord les grands classiques avant d'ajouter des ouvrages plus contemporains, parfois plus

volatils. On viendra y chercher la panoplie du personnage que l'on a envie d'endosser ce jour-là, selon son humeur particulière. On y trouverait quelques pièces de saison et des éternels classiques. Lesquels ?

Quelques paires de jeans dont on aurait trouvé la forme et la couleur parfaites, si possible vintage ou fabriqués aujourd'hui de manière durable, un blouson en cuir, un smoking noir, un trench beige, un caban, un petit pull marin, des chemises et des T-shirts blancs, des boots et des bottes, une paire de bikers, une paire de mocassins, une paire d'escarpin noirs, et une pile de pulls en cachemire au col roulé, rond et en V. Et beaucoup de belles matières destinées à traverser le temps : le drap de laine, le cachemire, la soie, le coton. Parce que la mode ne se démode plus vraiment : elle s'est fait une raison, et continue de vivre avec nous, quel que soit l'air du temps.



Chanel SS21

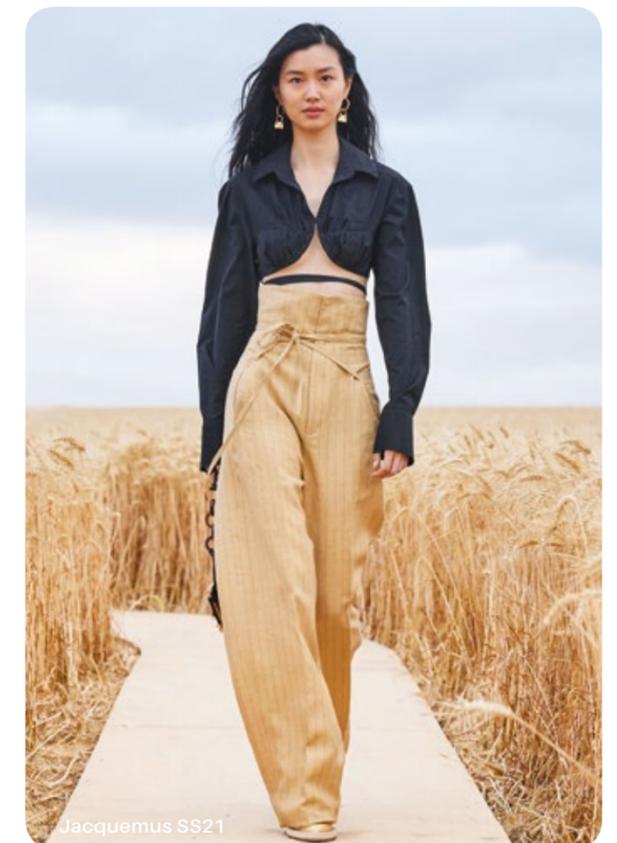
**By reviewing all the collections, we find looks that have marked periods that were much freer, more joyful than ours.** And maybe that's how the choice will be made in the boutiques when they open their doors again. Looking like Madonna in "Seeking Susan Desperately" by looking at Celine's looks? Or like Romy Schneider in Claude Sautet's film "Une histoire simple" in front of the Hermès collection designed by Nadège Vanhee-Cybulski, with a skirt above the knee closed by tightening tabs on the belt? It's hard not to notice the beauty and balance of these long coats with broad shoulders by Louis Vuitton, or one of those timeless trench coats signed by Prada. And let yourself be surprised by a pair of the very 80s wide pinch jeans or the sequined jacket worn over flowing Palace-style pants seen at the Chanel show.

**To freshen up her 2021-style dressing room,** some will go running to "second hand" stores, hoping to come across the perfect little short jacket that will have survived the decades and fallen out of favor in a Protestant Social Aid container, but will have a second life. Some will order, directly from the Courrèges website, the famous 1971 emblematic vinyl jacket from the Rééditions collection. Those who discard nothing, and who will have been lucky enough to have women before them, women who loved fashion and will have had the good taste to leave their treasures to their daughters, nieces or grand-daughters, will shop in their closet. They will bring out skirts, high waist pants with an 80's bolero, as seen in the latest Jacquemus collection. They will wear their Bonnie Cashin capes, the American designer whose clothes have been "revisited" by almost everyone, their Yves Saint Laurent tuxedo, long before the ones Tom Ford designed for his spring-summer 2021 collection, and some other gems.

**In 2021, a wardrobe is the result of the right balance between passion and common sense.** Recurring economic crises and an increased awareness about environmental issues have had an impact on the way many women have been buying their clothes in recent years. With the Covid pandemic, we can speak of a revolution. In an interview, eco-warrior Livia Firth, founder of the consulting agency Eco Age confided: "Before buying a piece of clothing, ask yourself: am I going to wear it 30 times?" This advice helps to avoid the temptations of fast fashion. Each year, let's remember that 1.5 billion garments are sewn by about 40 million people working in some 250,000 factories

located mainly in the world's least developed countries. When you think about it, you don't need that many clothes to be perfect in 2021. When you want to build a wardrobe that is both durable and in tune with the times, both present and future, it is good to keep a few beautiful and timeless pieces that can withstand the test of time and come back to haunt the collections on a regular basis. Grace Coddington, the former artistic director of American Vogue, wears black pants and Prada shirts. Every year, the Italian brand makes 20 shirts for her: ten black and ten white. Sometimes, during the Parisian fashion shows, we could see her wearing dresses in summer, and very rarely in color, but her uniform makes her recognizable, with her fiery hair.

To build the ideal wardrobe, which we will always love to come back to, like a store open 24 hours a day, we must already invest in beautiful pieces that will accompany us throughout the rest of our lives. The spring-summer collections are packed with them. A wardrobe is built a bit like a library, where we would first put the great classics before adding more contemporary works, sometimes more volatile. We would come to seek the outfit of the character we want to be that day, according to our particular mood. We would find some seasonal pieces and eternal classics. Which ones? A few pairs of jeans in the perfect shape and color, preferably vintage or made today in a durable way, a leather jacket, a black tuxedo, a beige trench coat, a raincoat, a little sailor's sweater, white shirts and T-shirts, boots, a pair of bikers, a pair of moccasins, a pair of black pumps, and a pile of cashmere sweaters with a round, a V-or a turtleneck. And a lot of beautiful materials intended to last through time: woollen cloth, cashmere, silk, cotton. Because fashion doesn't really go out of fashion anymore: it has come to reason, and carries on living with us, through thick and thin.



Jacquemus SS21



Par Caroline Schwartz

# PRADA RE-NYLON PRADA NOUVELLE GENERATION

Prada Re-Nylon réinvente l'idée de l'intemporel, comme quelque chose qui peut vraiment durer éternellement.

Prada Re-Nylon redefines the notion of timelessness as something that can truly last forever.



Avec, à l'origine, un sac à dos lancé en 1984, Prada a été la première maison à introduire le nylon dans la sphère du luxe.

Re-Nylon est un mouvement audacieux vers la durabilité totale vers un objectif ultime de conversion de tout le nylon vierge Prada en nylon régénéré ECONYL® d'ici la fin 2021. Il reflète la volonté du groupe Prada de promouvoir une culture d'entreprise qui aspire à des équilibres de plus en plus durables, en incorporant l'idée d'un retour à de nouvelles valeurs pour la société.

Aujourd'hui, la collection Prada Re-Nylon est une évolution du symbole le plus reconnaissable de la marque, le nylon, un emblème de Prada depuis plus de quatre décennies. Re-Nylon est la prochaine étape dans la technologie des tissus

Starting with a backpack launched in 1984, Prada was the first company to introduce nylon into the luxury sphere.

Re-Nylon is a bold move toward total durability - toward the ultimate goal of converting all virgin Prada nylon to ECONYL® regenerated nylon by the end of 2021. It reflects the Prada Group's commitment to promote a corporate culture that strives for increasingly sustainable balances, incorporating the idea of a return to new values for our society.

Today, the Prada Re-Nylon collection is an evolution of the brand's most recognizable symbol, nylon - an emblem of Prada for over four decades. Re-Nylon is the next step in fabric technology and sustainable luxury - a textile that can be regenerated endlessly without loss of quality, a true cyclical luxury.

et le luxe durable, un textile qui peut être régénéré à l'infini sans perte de qualité, un véritable luxe cyclique. Le Prada Re-Nylon est entièrement fabriqué à partir d'un nylon régénéré créé par le recyclage et la purification du plastique collecté dans les océans, les filets de pêche, les décharges et les déchets de fibres textiles dans le monde entier. Grâce à un processus de dépolymérisation, de purification et de transformation en nouveaux polymères puis en fils, ce matériau peut être récupéré et transformé en nouveau tissu de nylon. Le choix du fil ECONYL® pour la collection Prada Re-Nylon contribue activement à la réduction du réchauffement climatique jusqu'à 90%, par rapport à l'utilisation du fil de nylon vierge.

En outre, cette décision audacieuse et continue représente un changement dans la manière dont nous considérons le luxe comme aussi fondamental que l'introduction du nylon par Prada. Avec un concept moderne et industriel du luxe, Re-Nylon propose une nouvelle notion. Elle transforme non seulement les méthodes de production, mais aussi celles du produit final, en ce sens qu'elle suggère qu'aucun produit n'est vraiment final.

**Re-Nylon n'est pas une idée du luxe, mais une idéologie.** Une idéologie durable et véritablement responsable. Soulignant l'importance de la sensibilisation et de la responsabilité, un pourcentage des recettes de la vente de la capsule Prada Re-Nylon est reversé à un projet lié à la durabilité environnementale. Arizona, Cameroun, Nouvelle-Zélande, Chine et Slovénie : s'étendant sur les cinq continents par voie terrestre et maritime, l'initiative révolutionnaire de Prada en matière de durabilité Re-Nylon est le fer de lance d'une chaîne d'approvisionnement cyclique et renouvelable, créant du nylon régénéré durable à partir de matériaux et de produits mis au rebut.

L'histoire de ce programme de durabilité est mise en images par «What We Carry», une production National Geographic présentée par des reporters Prada, des activistes mondiaux et des explorateurs National Geographic. Aussi, en partenariat avec l'UNESCO, Prada développe des activités éducatives qui invitent des étudiants de plusieurs pays à présenter des travaux sur le plastique et l'économie circulaire. L'approche du programme

Prada Re-Nylon is made entirely from regenerated nylon created by recycling and purifying plastic collected from oceans, fishing nets, landfills and textile fiber waste around the world. Through a process of depolymerization, purification and transformation into new polymers and then into yarns, this material can be recovered and transformed into new nylon fabric.

The choice of ECONYL® yarn for the Prada Re-Nylon collection actively contributes to reducing global warming by up to 90% compared to virgin nylon yarn.

Furthermore, this bold and ongoing decision represents a change in the way we view luxury, as fundamental as Prada's introduction of nylon. With a modern and industrial concept of luxury, Re-Nylon offers a new notion. It transforms not only the production methods, but also the final product - in the sense that it suggests that no product is truly final.

**Re-Nylon is not an idea of luxury, but an ideology** - an ideology that is sustainable and truly responsible. Emphasizing the importance of awareness and responsibility, a percentage of the proceeds from the sale of the Prada Re-Nylon capsule is donated to a project related to environmental sustainability.

Arizona, Cameroon, New Zealand, China and Slovenia: Spanning five continents by land and sea, Prada's revolutionary Re-Nylon Sustainability Initiative spearheads a cyclical and renewable supply chain, creating sustainable regenerated nylon from discarded materials and products.

The story of this sustainability program is captured in images by "What We Carry," a National Geographic production presented by Prada reporters, global activists and National Geographic explorers. Also, in partnership with UNESCO, Prada is developing educational activities that invite students from several countries to present work on plastics and the circular economy.

The approach of the educational program is built around two axes - learning and acting - and one of the outcomes will be a student-designed awareness campaign.



Par Caroline Schwartz



éducatif est construite autour de deux axes - apprendre et agir - et l'un des résultats sera une campagne de sensibilisation conçue par les étudiants. Prada Re-Nylon a fait ses débuts en 2019 avec une collection de sacs, une garde-robe d'accessoires créée à partir de nylon régénéré écologique et 100% durable.

Pour la première fois également, les deux textiles en nylon propres à Prada sont proposés dans des fabrications durables en Re-Nylon : L'iconique gabardine en nylon, et le nylon Piuma, «plume» en italien. Les deux sont réinventés pour le XXI<sup>e</sup> siècle dans le textile Re-Nylon entièrement régénéré et durable.

**Aujourd'hui le spectre de Prada Re-Nylon s'élargit**, offrant du prêt-à-porter, des chaussures et des accessoires pour hommes et femmes. Une expansion de l'idée d'une mode responsable, un élargissement du champ d'action et un réengagement en faveur des pratiques commerciales durables.

En traduisant le Re-Nylon en prêt-à-porter, les pièces fusionnent sportswear et couture, des manteaux à la coupe étroite pour hommes, des robes de cocktail à jupes amples et élancées... La collection comprend aussi des vêtements de sport fluides, des doudounes, des pantalons, des shorts et des t-shirts.

En hommage au susmentionné sac à dos Prada de 1984, les robes sont dotées de poches frontales, de boucles et de bretelles en toile, un hybride d'accessoire et de vêtement.

En transformant le sac à dos Prada en robe, il fait également écho à la notion de recyclage et de régénération, la transformation de l'ancien en nouveau qui est au cœur de l'éthique du Re-Nylon.

La collection comprend les premières chaussures Re-Nylon, du nylon régénéré utilisé pour créer de nouvelles versions du modèle Monolith, ainsi que des baskets. L'offre d'accessoires est également élargie, avec des chapeaux, des ceintures pour hommes et femmes en réédition d'archives, soulignant l'attrait continu et intemporel du nylon Prada. Tous les accessoires et vêtements portent le logo Prada Re-Nylon, le logo triangulaire Prada retravaillé en flèche bouclée, symbole du renouvellement perpétuel et de la vie cyclique et éternelle du Re-Nylon.

Prada Re-Nylon made its debut in 2019 with a collection of bags, a wardrobe of accessories created from environmentally friendly and 100% sustainable regenerated nylon. Also for the first time, Prada's two signature nylon fabrics are offered in sustainable Re-Nylon fabrications: the iconic nylon gabardine, and Piuma nylon - "feather" in Italian - both reinvented for the 21st century in fully regenerated and sustainable Re-Nylon textile.

**Today Prada Re-Nylon's range is expanding**, offering ready-to-wear, footwear and accessories for men and women. An expansion of the idea of responsible fashion, a broadening of its scope and a re-commitment to sustainable business practices.

In translating Re-Nylon into ready-to-wear, the pieces merge sportswear and couture, from tight-fitting coats for men to cocktail dresses with wide, slender skirts. The collection also includes fluid sportswear, jackets, pants, shorts and t-shirts.

As a tribute to the aforementioned 1984 Prada backpack, the dresses have front pockets, buckles and straps in canvas, a hybrid of accessory and clothing.

By transforming the Prada backpack into a dress, it also echoes the notion of recycling and regeneration, the transformation of old into new that is at the heart of the Re-Nylon ethic.

The collection includes the first Re-Nylon shoes, regenerated nylon used to create new versions of the Monolith model, as well as sneakers. The accessory offering is also expanded, with hats and belts for men and women in retro reissues, underscoring the continued, timeless appeal of Prada nylon.

All accessories and garments bear the Prada Re-Nylon logo, the reworked triangular Prada logo in the form of a buckled arrow, symbolizing the perpetual renewal and cyclical and eternal life of Re-Nylon.



## INSTA GUIDES

Besoin d'une longueur d'avance sur l'activisme de la mode ? Laissez ces militantes vous guider sur insta.

Ces passionnées de mode agissent pour la mise en œuvre de changements positifs dans le but de remodeler l'industrie de la mode. Aucun exploit n'est trop grand lorsque nous agissons ensemble...

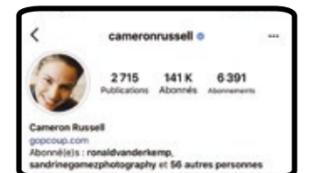
Need a head start on fashion activism? Let these activists guide you on insta. These fashion enthusiasts are taking action to implement positive change to reshape the fashion industry. No feat is too great if we act together...



### Clare Press

L'éditeur et auteur de mode a écrit deux livres sur l'activisme de la mode : *Wardrobe Crisis* en 2016 et *Rise and Resist* en 2018. Clare Press illustre comment on peut être à la pointe de la mode, tout en étant responsable sur le plan environnemental.

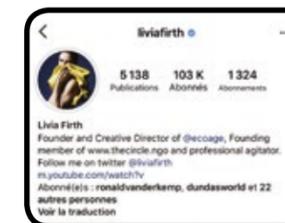
The fashion editor and author has written two books on fashion activism: *Wardrobe Crisis* in 2016 and *Rise and Resist* in 2018. Press illustrates how one can be at the forefront of fashion while being environmentally responsible.



### Cameron Russell

Le mannequin utilise sa place de choix dans l'industrie pour apporter des changements positifs là où elle le peut. Elle fait connaître ses opinions sur l'industrie dans laquelle elle travaille. En 2012, elle a fait part de ses expériences de mannequin lors d'un TedTalk qui a recueilli 33 millions de visites.

Mannequins use their place in the industry to make positive changes where they can. She makes her opinions known about the industry in which she works. In 2012, she shared her experiences as a model at a TedTalk event that garnered 33 million visits.



### Livia Firth

Fondatrice d'Eco Age, cette activiste de la mode est un «agitateur professionnel» autoproclamé lorsqu'il s'agit de faire de la résistance pour changer le système de la mode.

Founder of Eco Age, this fashion activist is a self-proclaimed «professional agitator» when it comes to resistance to change the fashion system.



### Céline Semaan

Fondatrice de The Slow Factory, une fondation qui s'efforce de mettre en lumière l'impact environnemental et social de la mode, Semaan a été invitée à parler de la durabilité aux Nations Unies.

Founder of Eco Age, this fashion activist is a self-proclaimed «professional agitator» when it comes to resisting in order to change the fashion system.

### Karla Welch

Un nom qui est peut-être déjà familier aux vrais passionnés de mode. Karla Welch est une styliste de célébrités. Ayant son mot à dire sur les marques représentées et portées jusqu'aux tapis rouges, elle affirme sa position en utilisant sa plateforme pour sensibiliser au changement climatique et à d'autres questions politiques.

A name that may already be familiar to true fashion enthusiasts. Welch is a celebrity stylist. Having a say in which brands are represented and worn, all the way to the red carpet, she asserts her position by using her platform to raise awareness about climate change and other political issues.





Par la Rédaction

# LE MOUVEMENT VEGAN VA-T-IL AVOIR LA PEAU DU CUIR ?

IS THE VEGAN TREND GETTING UNDER THE LEATHER'S SKIN ?

Matériau incontournable dans la mode, le cuir est pointé du doigt par les adeptes du véganisme. Son avenir serait-il compromis ?

An essential material in fashion, leather is being pointed at by vegan enthusiasts. Is its future in jeopardy?



## Une alternative végétale ?

Dans la mode comme dans l'alimentation, les consommateurs s'intéressent de plus en plus à des alternatives végétales. Si le cuir demeure une matière incontournable, nous voyons apparaître des matériaux de substitution à base notamment de déchets de fruits. Ainsi le Piñatex, un textile fait de fibres de feuilles d'ananas (qui finirait au rebut après la récolte des fruits), fleurit depuis quelques années dans certaines collections de maroquinerie et de chaussures signées Hugo Boss ou Lancel.

Laura Strambi l'a aussi utilisé pour confectionner la robe que Livia Firth portait au Met Gala en 2017. Et Trussardi y a taillé celle d'Eva Riccobono pour les Green Carpet Fashion Awards 2017. Également repéré sur Première Vision, le

Pellemela, un matériau réalisé à partir de 50% de déchets de pommes recyclés par la société italienne Frumat. « Ces initiatives sont intéressantes, car elles s'inscrivent dans l'idée du recyclage, décrypte Pascaline Wilhelm. Mais le cuir est aussi une matière recyclée ! »

### A vegetal alternative?

In fashion as in food, consumers are increasingly interested in vegetal alternatives. While leather remains an essential material, substitutes are emerging, particularly from fruit waste.

For instance, Piñatex, a textile made from pineapple leaf fibers (which would end up as waste after the fruit is harvested), has been flourishing for several years in certain leather goods and shoe collections by Hugo Boss or Lancel.

Laura Strambi also used it to make the dress Livia Firth wore at the Met Gala in 2017. So did Trussardi with Eva Riccobono's dress designed for the 2017 Green Carpet Fashion Awards. Also spotted on Première Vision is Pellemela, a material made from 50% recycled apple waste by Italian company Frumat. « These initiatives are interesting because they are in line with the idea of recycling, deciphers Pascaline Wilhelm. But leather is also a recycled material! »



## Une filière d'excellence

Car en Europe, les animaux sont élevés pour leur viande, leur lait... mais pas pour leur peau, qui serait détruite si elle n'était pas valorisée par cette industrie transformant un sous-produit en trésor. En effet, la Filière française du cuir représente 9'400 entreprises, 130'000 salariés et 25 milliards d'euros de chiffre d'affaires. La France est le 4e producteur mondial sur ce secteur et le troisième exportateur d'articles de maroquinerie et de cuir brut. « Dans les années 1980, la filière a fait le choix du positionnement haut de gamme pour se relancer, et cela a payé. Les références du luxe français - (Kering, LVMH, Hermès et Chanel) sont désormais les locomotives de nos activités, conclut Frank Boehly. Et elles ont des exigences en termes de qualité, mais aussi de responsabilités sociales, environnementales et éthiques. » Résultat : le chiffre d'affaires du secteur est en progression de 38 % ces cinq dernières années. Pas de doute, le cuir a la peau dure.

### A sector of excellence

Because in Europe, animals are raised for their meat, their milk... but not for their skin, which would be destroyed if it were not exploited by this industry, turning a by-product into a treasure. Indeed, the French leather industry represents 9,400 companies, 130,000 employees and a 25 billion euro turnover. France is the world's fourth largest producer in this segment and the third largest exporter of leather goods and raw leather. « In the 1980s, the sector opted for high-end positioning to revive itself, and it paid off. The references of French luxury - (Kering, LVMH, Hermès and Chanel) are now the driving forces behind our activities, » Frank Boehly says. And they have requirements in terms of quality, but also social, environmental and ethical responsibilities. As a result, the sector's sales have increased by 38% over the last five years. Leather has a thick skin, no doubt about it.



Babies Caren de Carel, les premières chaussures en cuir d'ananas de la marque française.

## Carel lance ses premières babies en cuir d'ananas et c'est un succès

Le cuir d'ananas s'impose comme une nouvelle matière phare dans la mode, il rhabille les mythiques babies du chausseur français.

L'air de rien, c'est une révolution qui se joue chez Carel. La marque française, née en 1952 et réputée pour son savoir-faire et de qualité et ses souliers en cuir animal conçus en Italie, selon des techniques bottières ancestrales, se met à l'ananas. Depuis décembre 2020, elle propose ses mythiques babies en Piñatex, cette nouvelle matière que la mode s'arrache.

Ce cuir est un textile naturel et durable fabriqué à partir de fibres d'ananas qui a nécessité sept ans de recherches par la spécialiste Carmen Hijosa. Au toucher, le rendu est aussi souple et lisse que le cuir animal.

Faut-il comprendre que le cuir est sur la sellette chez Carel ? « On n'arrêtera jamais cette matière d'origine animale car je pense que c'est un mauvais procès qu'on lui fait, mais à terme on a l'intention d'introduire des cuirs entièrement végétaux, dont celui de pomme, dans un bon tiers de nos collections », explique Frédérique Picard, Présidente de Carel. Une évolution qui devrait aller croissant.

La griffe a commencé avec les Caren, elle poursuivra son chemin "veggie" au printemps avec ses best-sellers, les Kina, les fameuses babies à trois brides. A l'automne, ce sera le tour des classiques bottines qui se vendent aussi comme des petits pains depuis que la marque est repartie du bon pied en 2015. Date à laquelle elle a rajeuni sa clientèle en misant sur une nouvelle ligne créative, Instagram et les influenceuses.

## Vegans, mais plus chères

Ce pas vers une mode engagée n'est pas nouveau. La marque ne produit qu'en petites séries (entre 50 et 100 paires pour une couleur), avec des chutes de cuir. Par ailleurs, tous les sacs proposés sont déjà en cuir végétal. Ces premières chaussures en fibre d'ananas tombent donc comme une évidence pour la présidente de Carel, mais sont aussi un pari. « Nous avons très peu communiqué dessus au moment de leur lancement en ligne, et en quelques jours on a presque tout vendu. » Le prix ne semble pas avoir freiné les ardeurs éthiques : elles sont proposées 20 à 30% plus chères que leur cousine, en cuir animal. Mais cerise sur l'ananas, à celles qui s'interrogent sur l'entretien, une éponge humide fait amplement l'affaire.



Carel launches its first pineapple leather babies, and makes a splash!

Pineapple leather is a new flagship material in fashion, now found on the mythical French shoemaker's babies.

A revolution is taking place at Carel. The French brand, born in 1952 and renowned for its know-how and quality, and its animal leather shoes designed in Italy, using ancestral bootmaking techniques, starts using pineapple. Since December 2020, it has been offering its mythical babies in Piñatex, the new material that fashion is raving about.

This leather is a natural and durable textile made from pineapple fibers that required seven years of research by specialist Carmen Hijosa. To the touch, it is as soft and smooth as animal leather.

Does that mean that leather is on the hot seat at Carel? « We will never stop using this material of animal origin because I think it is unfairly disparaged, but eventually we intend to introduce entirely vegetable leathers, including apple, into at least a third of our collections, » explains Frédérique Picard, President of Carel. A development that should increase over time.

The brand started with the Caren, and will keep on going «veggie» in the spring with its best-sellers, the Kina, the famous three-strap babies. In the fall, we'll get the classic boots, which are also selling like hotcakes since the brand got off on the right foot in 2015. That's when it rejuvenated its clientele by focusing on a new creative line, Instagram and influential women.

### Vegan, but more expensive

This step towards a committed fashion is nothing new. The brand only produces in small series (between 50 and 100 pairs per color), using scraps of leather. In addition, all the bags on offer are already made of vegetal leather.

These first pineapple fiber shoes are therefore an obvious choice for the President of Carel, but are also a bet. « We communicated very little about them at the time of their online launch, and within a few days almost everything was sold. » The price doesn't seem to have dampened the ethical fervor: they are 20 to 30% more expensive than their animal leather counterparts. But, cherry on (pineapple's) top, for those who worry about cleaning and care, a damp sponge will do the trick.



Par Caroline Schwartz

# STELLA McCARTNEY, LA REINE VERTE.

Pionnière d'une mode engagée, elle est sans doute la créatrice la plus green qui soit.

Pioneer of committed fashion, she is undoubtedly the greenest designer of all.

Elle fut parmi les premières à ne plus utiliser de cuir animal et autres peaux dans sa production, dès 2001. Elle travaille main dans la main avec Evrnu, entreprise spécialisée dans l'innovation textile, ayant inventé un nouveau type de fibre artificielle fabriquée à partir de vêtements mis au rebut. En récoltant des déchets pour fabriquer ses pièces, la Maison est un des piliers de la politique LIFE 360. Elle propose un manifeste très engagé et engageant.

She was among the first to stop using animal leather and other skins in her production, as early as 2001. She works hand in hand with Evrnu, a company specializing in textile innovation, who invented a new type of artificial fiber made from discarded clothing. By collecting waste to make its pieces, the House is one of the pillars of the LIFE 360 policy. It offers a very committed and inspiring manifesto.

## 2001

Pas de cuir, de fourrure, de peaux, de plumes ou de colles d'animaux, dès le premier jour.

No leather, fur, skins, feathers or animal glues since day one.

## 2008

Nous avons commencé à utiliser du coton biologique.

We started using organic cotton.

## 2010

Nous sommes passés au 100 % sans PVC.

We went completely PVC free.

## 2012

Nous avons introduit le bio-acétate dans nos lunettes, commencé à utiliser du polyester recyclé, avons rendu les semelles de nos chaussures biodégradables, lancé Clean by Design dans nos usines italiennes, interdit les bouteilles d'eau en plastique et nous sommes assurés que tout notre bois soit certifié durable.

We introduced bio-acetate in our eyewear, started using recycled polyester, made our shoe soles biodegradable, launched Clean by Design in our Italian mills, banned plastic water bottles and made sure all of our wood was certified sustainable.

## 2013

Nous avons supprimé l'angora et introduit Eco Alter-Nappa. Des panneaux solaires et des LED ont été installés dans nos magasins.

We went angora free and introduced Eco Alter-Nappa. Solar panels and LEDs were installed in our stores.

## 2014

Nous avons commencé à utiliser du TPU biologique pour nos semelles de chaussures, ajouté une microfibre de polyester recyclé pour les sacs et veillé à ce que tous nos emballages en papier et en carton soient certifiés durables.

We started using biobased TPU for our shoe soles, added a recycled polyester microfibre for bags and ensured that all of our paper and cardboard packaging was certified sustainable.

## 2016

Nous avons cessé d'utiliser du cachemire vierge et sommes passés à la viscose durable.

We ceased the use of virgin cashmere and transitioned to sustainable viscose.

## 2017

Nous avons incorporé des métaux à faible impact, utilisé des fils de laine certifiée, avons lancé le premier vêtement fabriqué avec Bolt Threads' vegan Microsilik™ et introduit le nylon recyclé.

We incorporated lower-impact metals, added certified wool yarns for knitwear, launched the first garment made with Bolt Threads' vegan Microsilik™ and introduced recycled nylon.

## 2015

Nous avons lancé Fur Free Fur (fourrure sans fourrure).

We launched Fur Free Fur.

## 2019

Nous avons commencé à utiliser le KOBA, adidas par Stella McCartney a lancé les premiers vêtements réalisés avec le NuCycl d'Evrnu et nous avons annoncé la botte de Chasseur la plus durable qui ait jamais existé.

We started using KOBA, adidas by Stella McCartney launched the first garments made with Evrnu's NuCycl yarn and we announced the most sustainable Hunter boot ever.

## 2018

Nous avons interdit l'utilisation du mohair, lancé la basket Loop, nous nous sommes engagés à ne plus utiliser de plastique, avons lancé les premières Stan Smith vegan et créé le premier sac à main réalisé avec Mylo™.

We banned the use of mohair, launched the Loop sneaker, committed to going plastic free, released the first vegan Stan Smith and created the first handbag made with Mylo™.

## 2020

Nous avons commencé à utiliser de l'élastane pour nos jeans et des lentilles bio dans nos collections de lunettes.

We began using recycled elastane in our denim and bio-lenses in our eyewear collections.

## ÉTÉ 2021

Notre collection de prêt-à-porter est composée à 65 % de produits écologiques et est, comme toujours, exempte de cuir, de plumes et de fourrure. Elle est composée de polyester et d'élastane recyclés, de coton biologique et de lin, de viscose écologique, de laine responsable et traçable, de nylon régénéré ECONYL®, de PU sans solvant, d'Eco Alter Nappa, de chaînes en aluminium et en acier inoxydable avec revêtement PVD, de talons en bois durable, de baskets Loop, de sacs à main en plastique second life et de dentelle recyclée, favorisant la circularité.

Our ready-to-wear collection is made with 65% ecofriendly materials and is, as always, leather, feather and fur free. It features recycled polyester and elastane, organic cotton and linen, forest-friendly viscose, responsible and traceable wool, ECONYL® regenerated nylon, solventfree PU, Eco Alter Nappa, aluminium and stainless steel chains with PVD coatings, sustainable wood heels, Loop sneakers, handbags made from secondlife plastic and repurposed old-stock lace, pushing towards circularity.



Par Isabelle Cerboneschi

# MOSAERT, UNE MODE 100% RESPONSABLE

Le chanteur Stromae, de son vrai nom Paul Van Haver, sa femme Coralie Barbier et son frère Luc ont lancé cette saison leur sixième capsule de vêtements sous le label Mosaert. Une collection automne-hiver vertueuse, fabriquée dans des matières recyclées et du coton 100% bio, et portée par des mannequins de tous âges et origines.

The singer Stromae, whose real name is Paul Van Haver, his wife Coralie Barbier and his brother Luc launched their sixth clothing capsule this season under the Mosaert label. A virtuous fall-winter collection, made from recycled materials and 100% organic cotton, and worn by models of all ages and origins.



La marque de mode Mosaert est née d'une belle histoire. Paul Van Haver, alias Stromae, le célèbre chanteur belgo-rwandais, avait confié la création de ses costumes de scène à la créatrice Coralie Barbier. Puis un beau jour, il lui a confié son cœur. Elle est devenue sa femme et la mère de leur enfant. Ils se sont dit que c'était dommage de ne créer des vêtements que pour la scène et ont décidé de lancer leur première collection sous le label Mosaert, une anagramme de Stromae. Le frère du chanteur, Luc Junior Tam, les a rejoint entre-temps dans cette aventure, en tant que directeur artistique.

Mosaert, c'est une histoire d'amour et de famille. C'est aussi une histoire de conscience. Dès leur première collection, Paul et Coralie ont eu à cœur de créer des vêtements éthiques et fabriqués en Europe. Au bout de leur sixième capsule, automne-hiver 2020-21, ils y sont enfin parvenus. La collection a été fabriquée en coton 100% bio et en matières recyclables. Elle est à l'image du nouveau logo du label, un nuage tricolore, aux teintes pastel, qui symbolise les trois activités du label Mosaert : la musique, la mode et l'audiovisuel.

The fashion brand Mosaert was born from a beautiful story. Paul Van Haver, aka Stromae, the famous Belgian-Rwandan singer, had entrusted the creation of his stage costumes to designer Coralie Barbier. Then one fine day, he entrusted her with his heart. She became his wife and the mother of their child. They thought it was a pity to create clothes only for the stage and decided to launch their first collection under the label Mosaert, an anagram of Stromae. The singer's brother, Luc Junior Tam, joined them in the meantime in this adventure, as artistic director.

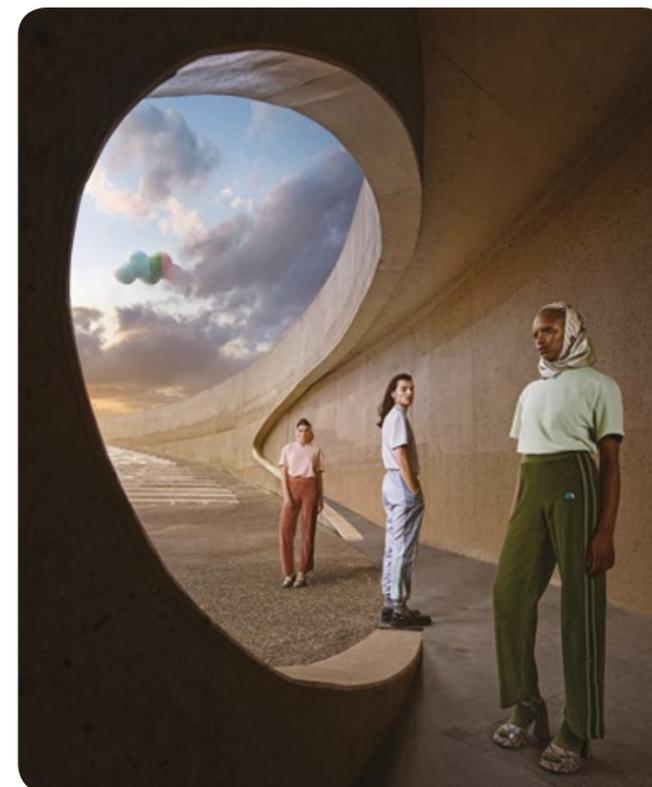
Mosaert is a love and family story. It is also one about conscience. Right from their first collection, Paul and Coralie have had at heart to create ethical clothing made in Europe. With their sixth fall-winter 2020-21 capsule, they have finally succeeded. The collection is made of 100% organic cotton and recyclable materials. It reflects the label's new logo, a pastel-colored, tricolored cloud, which symbolizes the three activities of the Mosaert label: music, fashion and audiovisual.

On a envie de s'envelopper dans ces blousons, ces T-shirts, ces pantalons de jogging, arborant des couleurs tendres, tels des doudous pour adultes. « Le côté douillet chaleureux était voulu, souligne Coralie, au téléphone. Il correspond au choix de notre nouveau logo nuage, qui a un côté cocon rassurant. »

Ce logo aux couleurs de Barbabapa, cette collection dans les mêmes tons, donnent l'impression d'avoir été créés exprès pour cette époque incertaine. « Ce n'est pas le cas : la collection avait été dessinée bien avant, mais pour des raisons de logistique - nous travaillons avec des usines européennes, situées en Belgique, en France, et au Portugal - la production a été interrompue du fait du confinement », explique Stromae. « Nous avons toujours opté pour des vêtements confortables, poursuit Coralie, déjà parce que nos collections sont unisexes et doivent fonctionner aussi bien pour l'homme que pour la femme, ce qui nous impose des contraintes de coupe. On avait aussi une grosse envie de créer une capsule 100% éco-responsable. Notre challenge était de travailler avec des matières nouvelles, chouettes, innovantes, mais écologiques. Or, le choix est moins large. »

We want to wrap ourselves in these jackets, T-shirts, jogging pants, with soft colors, like cuddly toys for adults. The warm cuddly side was intentional,» Coralie emphasizes over the phone. It reflects the choice of our new cloud logo, which has a reassuring cocoon feel to it.»

This logo in the colors of Barbabapa, this collection in the same tones, would seem to have been purposely crafted for this uncertain time. «That's not the case: the collection was designed long before, but for logistical reasons - we work with European factories, located in Belgium, France, and Portugal - production was halted due to lockdown,» explains Stromae. We have always opted for comfortable clothing,» continues Coralie, «already because our collections are unisex and have to work for both men and women, which imposes constraints on the cut. We also had a longing to create a 100% eco-responsible capsule. Our challenge was to work with new, cool, innovative, but ecological materials. Consequently, the choice is more restricted.»



Les fondateurs de la marque ont toujours eu à cœur de participer à réduire l'empreinte écologique de l'industrie textile. Cela passe aussi par une production locale, en petite quantité. « C'est une réalité qu'il faut prendre en considération aujourd'hui, explique Stromae. On n'a plus le droit de ne pas y prêter attention. C'est peut-être plus facile pour une marque comme la nôtre, car nous créons de petites quantités, et plus compliqué pour de grosses boîtes, mais pour nous, c'était un devoir. L'aspect éthique était déjà présent dans nos précédentes collections et l'aspect écologique est une suite logique qui participe au développement de la marque. »

**De quelles matières est faite cette sixième capsule ?** « Nous utilisons du textile recyclé et du coton biologique, explique Coralie. Notre t-shirt est un mélange de coton biologique et de polyester recyclé provenant du textile. Notre plus gros challenge, c'est de trouver de la matière recyclée car c'est une industrie en cours de développement. Les trainings, comme le petit sous-pull moulant, ont été réalisés dans une matière très technique faite à partir de vieux tapis d'hôtels et de filets de pêche, par un fabricant de tissus en Belgique. Mais ces matières ont des coûts assez élevés, car elles sont rares. On doit tous s'y mettre, chacun à son échelle. »

Le choix des mannequins lui aussi est inclusif, ce qui a toujours été le cas chez Mosaert. « Notre toute première photographie représentait une famille à moitié blanche et à moitié noire. C'est sans doute dû à nos origines, explique Stromae. Cela nous paraît logique, mais nous ne cherchons pas à surfer sur l'actualité. » « Nous avons toujours travaillé avec des mannequins professionnels et non professionnels, avec des personnes âgées, etc, poursuit Coralie. Avant, les mannequins du monde de la mode n'étaient représentatifs que d'une minorité de la population. Or, quand on marche dans la rue, on n'est pas entouré de personnes comme on les voit sur les couvertures des magazines! Offrir une alternative, plus proche de la réalité, cela fait du bien à l'ego de tout le monde. »



The founders of the brand have always been keen to participate in reducing the ecological footprint of the textile industry. This also involves producing locally, in small quantities. «It's a reality that needs to be taken into consideration today, explains Stromae. It's no longer acceptable to ignore it. It may be easier for a brand like ours, because we create small quantities, and more complicated for big companies, but for us it was a must. The ethical aspect was already present in our previous collections and the ecological aspect is a logical continuation that participates in the development of the brand».

**What materials is this sixth capsule made of?** «We use recycled textiles and organic cotton,» ex-plains Coralie. Our t-shirt is a mix of organic cotton and textile recycled polyester. Our biggest challenge is to find recycled material because it's a developing industry. The trainings, like the small tight undershirt, were made in a very technical material made from old hotel carpets and fish-ing nets, by a fabric manufacturer in Belgium. But these materials have rather high costs, because they are rare. We all have to do something about it, each at their own scale. »

The choice of models is also inclusive, which has always been the case at Mosaert. «Our very first photograph was of a half white and half black family. This is probably due to our origins,» explains Stromae. It makes sense to us, but we don't try to surf the news. «We've always worked with pro-fessional and non-professional models, elderly people, etc.» continues Coralie. In the past, models in the fashion world were only representative of a minority of the population. But when you walk down the street, you are not surrounded by people like you see on the covers of magazines! Offer-ing an alternative, closer to reality, is good for everyone's ego. »



# GUCCI EQUILIBRIUM

Gucci dévoile une stratégie climatique nature-friendly

Gucci unveils nature-friendly climate strategy

Instagram.com/GucciEquilibrium



**Le nouvel ensemble de solutions climatiques naturelles de Gucci va au-delà de ses engagements en matière de neutralité carbone pour inclure la lutte contre le changement climatique et le soutien à l'agriculture régénératrice.**

Afin de rendre à la nature ce qui lui appartient, Gucci a dévoilé des changements dans sa stratégie climatique en adoptant une approche respectueuse de la nature qui va au-delà de la neutralité carbone. Depuis 2018, Gucci a atteint la neutralité carbone dans ses opérations propres et tout au long de sa chaîne d'approvisionnement en suivant une stratégie d'atténuation hiérarchisée : éviter, réduire, restaurer, puis, en dernier recours, compenser annuellement les émissions de gaz à effet de serre (GES) résiduelles grâce à des solutions fondées sur la nature.

La nouvelle stratégie climatique de Gucci donne toujours la priorité à la réduction des émissions, mais elle met également en place, en parallèle, des transformations dans sa chaîne d'approvisionnement qui ont un impact positif sur la biodiversité et le climat. « L'évolution de notre stratégie intègre une série d'actions climatiques claires qui vont continuer de donner la priorité à la réduction de nos émissions et du CO2, afin de maintenir la neutralité

carbone de l'intégralité de notre chaîne d'approvisionnement.

**Gucci's new Natural Climate Solutions Portfolio goes beyond total carbon neutrality to tackle climate change and champion regenerative agriculture.**

In order to render unto nature what is nature's, Gucci unveiled changes in its climate strategy by deciding to adopt a nature-friendly approach that goes beyond carbon neutrality. Since 2018, Gucci has achieved carbon neutrality in its own operations and throughout its supply chain by following a hierarchical mitigation strategy: avoid, reduce, restore. Then, as a last resort, they decided to aim for an annual balance of greenhouse gas emissions (GHGs) through nature-based solutions.

Gucci's new climate strategy continues to prioritize emissions reduction, while also implementing transformations in its supply chain that positively impact biodiversity and the climate.

“Our evolving strategy incorporates a series of specific climate actions that will continue to prioritize the reduction of our emissions and CO2, in order to maintain carbon neutrality across our entire supply chain.



Dans le même temps, nous investissons dans l'agriculture régénératrice, un pilier important de notre approche. Conformément aux données scientifiques, l'ensemble de solutions climatiques naturelles de Gucci permet de protéger et de restaurer d'importants écosystèmes qui participent à l'atténuation du changement climatique, renforcent la biodiversité de façon durable et auront un effet positif sur le climat au cours des prochaines années. Nous souhaitons apporter des solutions pour la nature et le climat en promouvant des pratiques et des systèmes qui feront de la nature non pas une victime du climat, mais un acteur de la lutte contre le changement climatique qui déterminera, en fin de compte, le futur de notre planète » a déclaré Marco Bizzarri, le Président-Directeur général de Gucci.

At the same time, we are investing in regenerative agriculture, an important pillar of our approach. In line with the scientific evidence, Gucci's Natural Climate Solutions Portfolio helps protect and restore important ecosystems that help mitigate climate change, enhance biodiversity in a sustainable manner and will have a positive effect on the climate over the course of the next few years. We want to provide solutions for nature and the climate by promoting practices and systems that will make nature not a victim of the climate, but an actor in the fight against climate change which will ultimately determine the future of our planet” said Marco Bizzarri, Gucci's President and CEO.



**Ce riche ensemble de solutions climatiques naturelles inédites a été mis en place par Gucci dans le but de :**

This wide portfolio of unprecedented natural climate solutions was put in place by Gucci with the aim of:

**Préserver les forêts essentielles :**

D'après les mesures de son Compte de Résultat Environnemental annuel (aussi appelé EP&L), Gucci a réduit ses émissions de GES de 18 % entre 2018 et 2019, compte tenu de la croissance.

**Preserving critical forests**

Based on the measurements of its annual Environmental Profit and Loss Account (also called EP&L), Gucci reduced its GHG emissions by 18% between 2018 and 2019, taking into account its growth.

**Restaurer et protéger les mangroves:**

Au-delà de la compensation des émissions de 2019 exposée ci-dessus, Gucci a également investi dans le projet Muskitia Blue Carbon REDD+ au Honduras, en partenariat avec Southpole, pour protéger près de 5 000 hectares de mangroves et plus de 280 000 hectares de forêts menacées par la déforestation. Les mangroves stockent environ quatre fois plus de carbone que les vieilles forêts terrestres, mais entre 30 et 50 % d'entre elles ont déjà été détruites dans le monde et elles continuent de disparaître au rythme de 2 % par an. Quand ces écosystèmes sont abimés ou détruits, une quantité énorme de carbone est libérée dans l'atmosphère qui contribue au changement climatique.



**Protecting and regenerating mangroves :**

Beyond the 2019 emissions offsetting outlined above, Gucci has also invested in the Muskitia Blue Carbon REDD + project in Honduras, in partnership with Southpole, to protect nearly 5,000 hectares of mangroves and over 280,000 hectares of forests threatened by deforestation. Mangroves store around four times more carbon than old terrestrial forests, but between 30-50% of them have already been destroyed globally and they continue to disappear at the rate of 2% per year. When these ecosystems are damaged or destroyed, an enormous amount of carbon is released into the atmosphere which contributes to climate change.

**Améliorer la gestion des terres grâce à l'agriculture régénératrice :**

Gucci travaille actuellement sur des études de faisabilité avec Native Energy, Conservation International et Southpole afin d'identifier et de faire grandir des projets d'agriculture régénératrice dans ses régions d'approvisionnement avec l'objectif de se procurer des matières premières. C'est



la première étape d'une stratégie de long terme plus générale en faveur de l'agriculture régénératrice. Au-delà de sa propre chaîne d'approvisionnement, Gucci encourage également les exploitants à se convertir à l'agriculture régénératrice en utilisant des méthodes de stockage du carbone dans les sols agricoles. Gucci a notamment apporté une aide financière à des producteurs de laine en Patagonie afin qu'ils se convertissent à des méthodes de pâturage régénératrices.

De manière générale, Gucci soutient la transition de l'agriculture chimique intensive, qui fournit actuellement au secteur de la mode ses matières premières, vers des systèmes qui régénèrent et renforcent la nature, plutôt que de l'épuiser.

**Improving land management through regenerative agriculture**

Gucci is currently working on feasibility studies with Native Energy, Conservation International and Southpole to identify and scale up regenerative agriculture projects in its sourcing regions with the goal of sourcing raw materials. This is the first step in a more general long-term strategy for regenerative agriculture.

Beyond its own supply chain, Gucci is also encouraging farmers to convert to regenerative agriculture using methods of storing carbon in agricultural soils. Gucci has notably provided financial assistance to wool producers in Patagonia to convert to regenerative grazing methods. Overall, Gucci supports the transition from intensive chemical agriculture, which currently supplies the fashion industry with its raw materials, to systems that regenerate and enhance nature, rather than depleting it.



Dans le cadre de cette stratégie climatique globale, Gucci a poursuivi son travail de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre tout au long de sa chaîne d'approvisionnement. En 2019, ces efforts se sont traduits par une réduction des émissions de CO2 de 266 000 tonnes grâce à l'adoption de solutions durables, ainsi qu'à des améliorations nettes dans des secteurs à fort impact, tout au long de la chaîne d'approvisionnement de Gucci.

As part of this comprehensive climate strategy, Gucci has continued to reduce greenhouse gas emissions throughout its supply chain. In 2019, these efforts resulted in a reduction in CO2 emissions of 266,000 tonnes through the adoption of sustainable solutions, as well as clear improvements in high-impact sectors, all along Gucci's supply chain.



**Energies renouvelables :** En se convertissant aux énergies vertes, Gucci a réduit de 59 000 tonnes ses émissions de CO2. 83 % de l'énergie utilisée dans ses magasins, bureaux, entrepôts et usines est renouvelable et l'objectif de 100 % est visé d'ici 2022. Gucci aide également ses fournisseurs à se convertir à l'énergie verte en leur proposant des formations.

**Renewable energies:** By converting to green energies, Gucci has reduced its CO2 emissions by 59,000 tonnes. 83% of the energy used in its stores, offices, warehouses and factories is renewable and the target of 100% is set by 2022. Gucci is also helping its suppliers to convert to green energy by offering them training.

**Efficacité de la production :** Extension des processus durables et de l'efficacité de la production, notamment grâce au tannage sans métaux, Gucci Scrapless et Gucci-Up, et diminution des déchets issus de la fabrication à hauteur de 3 000 tonnes de CO2.

**Production efficiency:** Extension of sustainable processes and production efficiency, notably through metal-free tanning, Gucci Scrapless and Gucci-Up, and the reduction of waste from manufacturing to the tune of 3,000 tonnes of CO2.

**Approvisionnement durable :**

L'approvisionnement durable et l'utilisation de fibres biologiques dans les collections Gucci a permis d'économiser 179 000 tonnes de CO2 et donc de progresser vers l'objectif d'un approvisionnement 100 % durable d'ici à 2025.

**Sustainable sourcing:** The sustainable sourcing and use of organic fibers in Gucci collections has saved 179,000 tonnes of CO2 and thus progressed towards the goal of 100% sustainable sourcing by 2025.

**Economie circulaire:** Augmentation de l'utilisation de matériaux recyclés et régénérés (soie, coton, cachemire, polyester, métaux précieux, plastique, conditionnement) pour soutenir l'économie circulaire et ainsi faire baisser les émissions de CO2 de 13 000 tonnes. Lancement de Gucci Off The Grid, la première collection Gucci de la nouvelle ligne Gucci Circular Lines. Création de nouveaux modèles économiques circulaires, notamment la boutique en ligne mise en place en partenariat avec The RealReal qui donne une seconde vie aux produits Gucci.

**Circular economy:** Increase in the use of recycled and reclaimed materials (silk, cotton, cashmere, polyester, precious metals, plastic, packaging) to support the circular economy and thus reduce CO2 emissions by 13,000 tonnes. Launch of Gucci Off The Grid, the first Gucci collection in the new Gucci Circular Lines line. Creation of new circular economic models, in particular the online store set up in partnership with The RealReal which gives a second life to Gucci products.



Par Isabelle Cerboneschi

# LE BOOM DES FORMULES COURTES ET CLEAN EN COSMETIQUE

Depuis quelques années, un courant né aux Etats-Unis a déferlé sur le monde de la cosmétique : celui des cosmétiques « clean ». Suite au scandale des parabènes, dans les années 2000, les consommateurs, devenus acteurs, se sont penchés sur la liste des ingrédients de leurs produits de beauté. Désormais, ils réclament une liste la plus courte et la plus saine possible.

In recent years, a trend born in the United States has swept through the world of cosmetics: that of «clean» cosmetics. Following the paraben scandal in the 2000s, consumers, who had become actors, began to examine the list of ingredients in their beauty products. From now on, they demand the shortest and healthiest list possible.

Formules courtes, « Clean beauty », cela fait quelques années que l'on entend ces termes, sans toujours savoir ce qu'ils signifient. Chaque marque place le curseur où elle le souhaite mais les clients veillent. Depuis la crise de la vache folle, dans les années 1990, les consommateurs se sont transformés au fil des ans en «consommacteurs», et ce, dans tous les domaines de leur vie, l'alimentation, certes, mais la cosmétique aussi. Suite au scandale des parabènes dans les années 2000, nous sommes devenus méfiants. Désormais, on veut savoir exactement ce qu'on applique sur sa peau. On veut du pur, du naturel, du traçable et avant tout, de l'innocuité. Les Millennials y sont particulièrement sensibles, comme la Génération Z qui vient juste derrière, mais les autres ont aussi suivi le mouvement.

Et à partir de ces trois dimensions, dans le cas de Clarins, nous construisons nos formules, sans oublier notre histoire et nos valeurs depuis 1954 ». La gamme « Extra Firming », par exemple, coche toutes les cases.

Dans le domaine des produits cosmétiques, l'offre évolue avec la demande. **Ce que les clients ne veulent plus ?** Des produits avec une liste d'ingrédients compliqués, incompréhensibles, contenant des matières dont l'innocuité n'est pas prouvée, qui risquent de contenir des perturbateurs endocriniens et autres ingrédients décriés, comme les parabènes, les sulfates, les silicones, certains conservateurs... Il faut savoir qu'une crème normale contient en moyenne de 20 à 30 ingrédients, et certaines peuvent en compter jusqu'à 60 ! Ce qui est nettement trop, sachant que plus d'ingrédients signifie davantage de risques d'interactions entre eux. Il faut donc protéger la stabilité de la formule, avec, bien entendu, l'ajout de nouveaux ingrédients, dont des conservateurs.

La marque pionnière dans le domaine de la beauté clean est Bare Minerals. Dès sa création, en 1995, elle a choisi la voie des formules courtes. Celle de son premier produit, le fond de teint Original Loose Mineral Foundation SPF 15, ne comprenait que cinq ingrédients minéraux. Cette formule est inchangée depuis son lancement. Un grand nombre de marques ont participé au mouvement, y compris dans le secteur du luxe.



Parce qu'une femme sur deux dans le monde déclare avoir la peau sensible, durablement ou temporairement, Chanel a lancé en 2016 la Solution 10, un hydratant ciblé doté uniquement de 10 ingrédients. Lesquels ? De l'eau déminéralisée et purifiée ; un émulsifiant, le steareth-2 ; un conservateur, le phénoxyéthanol, sélectionné pour sa haute tolérance ; de l'extrait de thé blanc « silver needle », apaisant et protecteur ; du squalane végétal, extrait de l'olive, qui restaure la barrière lipidique cutanée ; de la poudre douce, le lauroyl lysine, composé de lysine qui est un acide aminé essentiel apportant confort et douceur à la peau ; de la glycérine végétale, qui contribue à maintenir une bonne hydratation ; un extrait

de beurre de karité pur, pour son effet nourrissant et protecteur ; un émollient, le sodium polyacrylate, pour une peau souple et douce ; et enfin un humectant, le caprylyl glycol, qui améliore le confort cutané. Et c'est tout.

Aujourd'hui, les cosmétiques les plus recherchés sont ceux que l'on appelle « clean » aux Etats-Unis. Ce ne sont pas des produits bio, mais ils se définissent par défaut : ils ne contiennent pas d'ingrédients dont les effets néfastes sur la santé sont prouvés (les parabènes, les phtalates et les huiles minérales, notamment). Pour Marie-Hélène Lair, la directrice Innovation Responsable de Clarins, « quand on parle de cosmétique « clean », on part sur les trois dimensions du développement durable: sociale, économique et environnementale. C'est une définition partagée par tout le monde.

**La marque Shiseido a elle aussi lancé une gamme baptisée Waso**, destinée à l'origine aux jeunes générations adeptes de beauté clean, mais qui plaît à tous les âges. Prenons l'hydratant jour correcteur de teint, par exemple. Son contenu ? Une crème blanche, dotée d'un indice de protection SFP 30, qui,

une fois appliquée sur la peau, prend la cou-leur exacte de celle-ci, mais en mieux: le but étant de la sublimer tout en effaçant les imperfections. Techniquement parlant, il s'agit d'une formule courte contenant un dérivé de carotte. Mais là n'est pas l'essentiel. C'est ce qu'elle ne contient pas qui est intéressant : pas de parabènes (ces conservateurs considérés comme des perturbateurs endocriniens) et pas d'huile minérale (issue du raffinage pétrolier) qui forme une couche occlusive sur la peau.

Cette ruée vers la formule courte a vu apparaître de nouvelles marques, comme Garancia, une marque high tech et naturelle née en 2004, ou encore Ren Clean Skincare qui crée des soins «clean», sans ingrédient synthétique. La marque danoise Nuori se targue de n'utiliser aucun conservateur dans ses flacons « airless ». Citons encore Pai Skincare, pour les peaux sensibles, des soins formulés sans phtalates, ni phenoxyéthanol.

**Une dernière précision :** les ingrédients les plus nocifs se cachent sous des noms compliqués. Comment savoir si son produit cosmétique préféré contient des huiles minérales ? Il suffit de lire la liste des ingrédients écrite en lettres minuscules sur l'étiquette. Elles apparaissent sous ces noms: Cera Microcrystallina, Ceresin, Mineral Oil, Ozokerite, Paraffinum liquidum, Petrolatum, et tous les mots finissant en «methicone» ou «siloxane». On peut aussi utiliser l'application Yuka, très bonne conseillère en matière d'ingrédients nocifs. Bonne lecture !

**Short formulas, «Clean beauty», we've been hearing these expressions for a few years now, without always knowing their meaning.** Each brand has its own way of defining it, but customers are always on the lookout. Since the mad cow crisis in the 1990s, consumers have become more vigilant throughout the years, in all areas of their lives - food, of course, but also cosmetics. In the wake of the paraben scandal in the 2000s, we have become suspicious. From now on, we want to know exactly what we are using on our skin. We want pure, natural, traceable and above all, harmless ingredients. The Millennials are especially keen on this, as is Generation Z, which comes just behind, but the others have also followed suit.

In the field of cosmetics, supply evolves with demand. **What do customers no longer want?** Products with a list of complicated, incomprehensible ingredients, containing substances whose innocuousness is not proven, which may contain endocrine disruptors and other disparaged ingredients, such as parabens, sulphates, silicones, some preservatives... It is important to know that a regular cream contains an average of 20 to 30 ingredients, and some, up to 60! This is far too many, knowing that more ingredients means more risks of interactions between them. It is therefore necessary to protect the stability of the formula, with, of course, the addition of new ingredients, including preservatives.

Today, the most sought-after cosmetics are the ones called «clean» in the United States. These are not organic products, but they are defined by default: they do not contain ingredients with proven harmful effects on health (parabens, phthalates and mineral oils, in particular). According to Marie-Hélène Lair, Clarins' Director of Responsible Innovation, «when talking about 'clean' cosmetics, it means taking into account the three dimensions of sustainable development: social, economic and environmental. It's a definition shared by everyone. And, in the case of Clarins, we build our formulas based on these three dimensions, whilst remaining mindful of our history and our values since 1954». The «Extra Firming» range, for example, ticks all the boxes.

The pioneering brand in the field of clean beauty is Bare Minerals. Since its creation in 1995, it has chosen the path of short formulas. Its first product, Original Loose Mineral Foundation SPF 15, had



only five mineral ingredients. This formula has remained unchanged since its launch. A large number of brands have joined the trend, even within the luxury sector.

Because one out of two women in the world reports having sensitive skin, either permanently or temporarily, Chanel launched Solution 10 in 2016 : a targeted moisturizer with only 10 ingredients. Which ones? Demineralized and purified water; an emulsifier, steareth-2; a preservative, phenoxyethanol, selected for its high tolerance; «silver needle» white tea extract, soothing and protective; vegetable squalane, extracted from the olive, which restores the skin's lipid barrier; soft powder, lauroyl lysine, composed of lysine, an essential amino acid that provides comfort and softness to the skin; vegetable glycerin, which helps maintain good hydration; pure shea butter extract, for its nourishing and pro-protective effect; an emollient, sodium polyacrylate, for soft, supple skin; and finally a humectant, caprylyl glycol, which improves skin comfort. Period.

The Shiseido brand also launched a line called Waso, which was originally designed for the younger generation of clean beauty enthusiasts, but is appealing to people of all ages. Take the complexion-correcting day moisturizer, for example. What does it contain? A white cream, with a protection factor of SFP 30, which, once applied to the skin, takes the exact color of the skin, yet enhances it: it aims to sublimate it while reducing its imperfections. Technically speaking, it is a short formula containing a carrot derivative. But this is not the main point. The most interesting is what it leaves out : no parabens (these preservatives considered to be endocrine disruptors) and no mineral oil (from oil refining) which forms an occlusive layer on the skin.

This rush towards short formulas has seen the emergence of new brands, such as Garancia, a high-tech and natural brand born in 2004, or Ren Clean Skincare, which creates «clean» skin care products without synthetic ingredients. The Danish brand Nuori prides itself on using no preservatives in its «airless» bottles. Let's also mention Pai Skincare, for sensitive skins, a line of care products developed without phthalates or phenoxyethanol.

**One last thing:** the most harmful ingredients are hidden under complicated names. How do you know if your favorite cosmetic product contains mineral oils? Simply by reading the list of ingredients written in tiny letters on the label. They appear under these names: Cera Microcrystallina, Ceresin, Mineral Oil, Ozokerite, Paraffinum liquidum, Petrolatum, and all words ending in «methicone» or «siloxane». You can also use the Yuka application, which provides excellent advice on harmful ingredients. Enjoy your reading!



Par Caroline Schwartz

# BAREMINERALS

Les minéraux sont au cœur des produits de soins et de maquillage bareMinerals. Depuis sa création en 1995, la marque propose des produits aussi purs qu'efficaces.

Minerals are at the heart of bareMinerals skincare and makeup products. The brand, created in 1995, has been offering products, as pure as they are effective, since the creation of the brand.

**1 Que signifie «Clean Beauty» pour bareMinerals ?**  
bareMinerals a lancé la révolution de la Clean Beauty en 1995, avec son fond de teint minéral le plus vendu à ce jour. Dès lors, bareMinerals a continué à créer des produits de maquillage et de soins pour la peau clean et cruelty-free, testés cliniquement, pour améliorer visiblement la peau. Les formules sont à base d'extraits botaniques et de minéraux naturels, et donc bonnes pour la peau. Elles aident à prendre soin du teint, sont exemptes de produits chimiques agressifs et d'additifs inutiles. bareMinerals est convaincu que le moindre choix en matière de soins est susceptible d'avoir un impact considérable. En tant que créateur de produits bons pour la peau, la marque soutient des initiatives qui créent une chaîne du bien - en donnant à ses utilisateurs le pouvoir de se sentir bien et de faire du bien aux autres. bareMinerals veut aider chacun à ressentir le «POWER OF GOOD». Les produits bareMinerals sont 100% sans parabènes, phtalates, formaldéhyde, écrans solaires chimiques, triclosan, triclocarban, propylène glycol, huile minérale et microbilles. 99% de leurs produits sont exempts de SLS, 97% de talc et 97% de parfum synthétique.

**1 What does «clean beauty» actually mean to bareMinerals?**  
bareMinerals started the clean beauty revolution when the brand launched their best-selling mineral foundation in 1995, and since then bareMinerals continued to create clean, cruelty-free makeup and skincare products that are clinically tested to visibly improve your skin. The good-for-skin formulas are full of botanical extracts and natural minerals that help care for your complexion, and free of harsh chemicals and unnecessary additives. bareMinerals believes every little choice has the power to make a big difference. As creators of good-for-skin products, the brand supports initiatives that create a chain of good — empowering people to look good, feel good and do good for others. bareMinerals want to help everyone feel THE POWER OF GOOD. bareMinerals products are 100% free of Parabens, Phthalates, Formaldehyde, Chemical Sunscreens, Triclosan, Triclocarban, Propylene Glycol, Mineral Oil, Coal Tar and Microbeads. 99% of the products are free of SLS, 97% are free of Talc and 97% are free of Synthetic Fragrance.

**2 Quel rôle jouent les minéraux dans les formules de bareMinerals ?**  
Dès le début, les minéraux ont été le cœur et l'âme de la marque. Le premier produit, le fond de teint ORIGINAL SPF 15, est composé de seulement 5 ingrédients minéraux clean, et il a véritablement révolutionné l'industrie de la beauté. Pour la première fois, les gens pouvaient avoir confiance en eux grâce à un fond de teint qui donne à la peau une apparence saine et naturelle et qui prend réellement soin du derme. La marque inclut des minéraux bons pour la peau dans chaque produit bareMinerals. Aujourd'hui encore, la pureté de la formulation et la performance sans compromis restent les principes directeurs de la marque. Mais bareMinerals va encore plus loin en matière de « clean beauty » grâce à une approche «less does more» dans le développement des produits, qui associe des ingrédients naturels efficaces à des produits synthétiques « clean » choisis avec soin. Les formules sont «clean» sans faire de compromis sur la qualité des produits. Les produits à base de minéraux, bons pour la peau, sont exempts de produits chimiques agressifs et d'additifs inutiles.

**2 What role do minerals play in bareMinerals formulas?**  
From the beginning, minerals have been the heart and soul of the brand. The first product, the beloved ORIGINAL Foundation Broad Spectrum SPF 15, is made with just 5 clean mineral ingredients, and it truly revolutionized the beauty industry. For the first time, people could achieve confidence through healthy, natural-looking coverage that actually cares for skin. The brand includes good-for-skin minerals in each and every bareMinerals product. To this day, purity in formulation and uncompromising performance remain the guiding principles. But, bareMinerals takes clean beauty one step further with a “less does more” approach to product development that unites efficacious natural ingredients with consciously chosen clean synthetics. The formulas aren't just clean, they are also CLEAN WITHOUT COMPROMISING PERFORMANCE. The mineral-based, good-for-skin products are free of harsh chemicals and unnecessary additives.

**3. Quels sont les objectifs de la marque pour aller encore plus loin dans la «Clean Beauty» ?**  
Chaque produit bareMinerals est clean et cruelty-free, mais ce qui les distingue, c'est qu'ils sont testés et éprouvés pour aider à réellement améliorer la qualité de la peau. bareMinerals formule ses soins avec des produits naturels soigneusement sélectionnés. Actuellement, 71 % des formules sont vegan, et d'ici la fin 2021, tous les produits le seront.

**3. What are the objectives of the brand to go even further in «clean beauty»?**  
Every bareMinerals product is clean and cruelty-free, but what sets us apart is that the products are tested and proven to help improve the skin. bareMinerals formulates with carefully chosen naturals and restricts more than 2,500 ingredients. Right now, 71% of the formulas are vegan, and by the end of 2021, all of the products will be vegan.





Par Hervé Borne

# JOAILLERIE

JEWELRY

Revue de détails de bijoux à la fois beaux et responsables. De l'or éthique, des pierres tracées ou créées en laboratoire.

A detailed review of jewels that are both beautiful and responsible. Ethical gold, traceable or laboratory-created stones.



**Origini 5.**  
Bracelet chaîne en or recyclé rose et blanc serti de diamants créés en laboratoire.  
**Courbet**



**Happy Diamonds Icons.**  
Jonc en or rose éthique serti de diamants fixes et mobiles.  
**Chopard**



**Tête de Mort.**  
Bague en or jaune, diamants, améthyste et grenats tsavorites certifiée par le RJC (Responsible Jewellery Council) garantissant aux clients la mise en œuvre des meilleures pratiques éthiques, sociales et environnementales dans l'approvisionnement en or, diamants et pierres de couleur.  
**Dior Joaillerie**



**Ancient Path.**  
Bague en platine sertie d'une émeraude brésilienne dont l'origine est retracée grâce à l'Emerald Paternity Test.  
**Gübelin Jewellery**



**Numéro 8.**  
Bague en or gris éthique sertie de diamants et d'un saphir rose.  
**House of Geneva**



**True.**  
Bague en platine sertie d'un diamant dit « sans conflit » tel que décrit par le Processus de Kimberley, dans le souci de la protection des droits de l'homme et de l'environnement.  
**Tiffany & Co.**



**Sunlight.**  
Pendentif en or blanc serti de diamants taille brillant, certifié par le RJC garantissant les meilleures pratiques éthiques, sociales et environnementales dans l'approvisionnement en or, diamants et pierres de couleur.  
**Piaget**



Par Hervé Borne

# HORLOGERIE

## WATCHMAKING

La mesure du temps se met aussi à l'heure de l'éco-responsabilité au fil de bracelets recyclés, de matériaux biosourcés, sans oublier des packagings biodégradables.

The watchmakers have also become increasingly committed to eco-responsibility through recycled bracelets, bio-sourced materials and biodegradable packaging.



**Ocean**  
Boîtier de 42 mm de diamètre en aluminium et polypropylène recyclé, bracelet en PET recyclé, mouvement automatique.  
**Baume & Mercier**



**Circular 1**  
Boîtier de 41 mm de diamètre en acier recyclé à 100 %, bracelet fabriqué à partir de végétaux, mouvement automatique.  
**ID Genève.**



**We in the kaki now**  
Boîtier de 41 mm de diamètre, verre, bracelet, passant et boucle en matériaux biosourcés, fabriqués à partir d'extraits de graines de ricin, mouvement à quartz, packaging 100% biodégradable.  
**Swatch**



**Alpine Eagle**  
Boîtier de 41 mm de diamètre et bracelet en or rose éthique, mouvement automatique.  
**Chopard**



**Divers Sixty-Five**  
Boîtier de 42 mm de diamètre en acier, bracelet fabriqué à 100 % à partir de plastique recyclé récupéré dans les océans, mouvement automatique.  
**Oris**



**Ocean Plastic**  
Boîtier de 40 mm de diamètre et bracelet fabriqué à 100 % à partir de plastique recyclé récupéré dans les océans, mouvement solaire.  
**Tom Ford**



**Submersible Mike Horn**  
Boîtier de 47 mm de diamètre en EcoTitanium issu de titane recyclé n'exploitant pas de ressources naturelles, bracelet en PET recyclé, mouvement automatique.  
**Panerai**



**Awake .01**  
Boîtier de 42 mm de diamètre fabriqué à partir de filets de pêche, bracelet fabriqué à partir de graines de ricin, mouvement solaire, packaging en fibre de canne à sucre biodégradable et compostable.  
**Awake**



Par Hervé Borne

# PETIT JOURNAL DES HORLOGERS ET JOAILLIERS ECOLOS

SMALL JOURNAL OF ECOLOS WATCHMAKERS AND JEWELLERS

Revue de détail des efforts faits par les industries horlogères et joaillères au profit de Dame Nature.

Here's our detailed review of the endeavors undertaken by the watch and jewelry industries for the benefit of Mother Nature.



## Diamants verts

Créée en 2018 par Marie-Ann Wachtmeister et Manuel Mallen, la **maison Courbet** est le premier joaillier écologique de la place Vendôme, dont les bijoux sont composés d'or recyclé et de diamants créés en laboratoire. Un nouvel acteur qui mixe avec talent écologie, créativité et savoir-faire. Écologie à travers la culture du diamant en laboratoire pour un impact minime sur l'environnement et une irréprochabilité d'un point de vue éthique, puisque les laboratoires évoluent dans un cadre contrôlé. Courbet prouve que le diamant créé en laboratoire, associé à un design contemporain, permet d'offrir une nouvelle alternative aux amateurs de joaillerie en quête de sens.

### Green Diamonds

Created in 2018 by Marie-Ann Wachtmeister and Manuel Mallen, the Courbet house is Place Vendôme's first eco-friendly jeweler, whose creations are made of recycled gold and diamonds produced in a laboratory. A new player

that skilfully mixes ecology, creativity and know-how. Ecology through the cultivation of diamonds in a laboratory, for a minimal impact on the environment and an irreproachable process from an ethical standpoint, since the laboratories evolve in a controlled environment. Courbet proves that diamonds created in laboratories, combined with contemporary design, offer a new alternative for jewelry lovers in search of meaning.



## L'eau comme un trésor

Oris agit depuis plus d'une décennie pour l'environnement et surtout pour la protection de l'eau. En plus d'actions menées en interne telles que le choix de cadeaux éco-responsables pour les clients VIP, l'utilisation de bouteilles en verre pour l'eau dans les boutiques, la priorité donnée à des véhicules de fonction électriques ou hybrides ou encore la favorisation du commerce de proximité et des produits locaux pour limiter les émissions de CO2 lors

du transport, l'accent est mis en effet sur le nettoyage des océans. Et ce, notamment avec l'aide de l'ambassadeur maison, Jérôme Delafosse, explorateur, cinéaste et fervent défenseur des océans. Il s'explique : « Ces vingt dernières années, j'ai exploré les océans, et maintenant le plastique est partout ! De la surface au fond, visible ou invisible, il tue la vie marine et cela aura bientôt d'énormes répercussions sur la santé humaine ».

### Water as a treasure

Oris has been working for over a decade to protect the environment and especially water. In addition to internal actions such as the choice of eco-responsible gifts for VIP customers, the use of glass bottles for water in the stores, the prioritization of electric or hybrid company vehicles, and the promotion of local stores and products to limit CO2 emissions during transportation, the emphasis is on cleaning up the oceans. And this, most notably with the help of the company's ambassador, Jérôme Delafosse, an explorer, filmmaker and fervent advocate of the oceans. He explains: "For the last twenty years, I have been exploring the oceans, and now plastic is everywhere! From the surface to the bottom, visible or invisible, it is killing marine life and this will soon have enormous repercussions on human health".

## Zéro plastique

Richard Mille, partenaire-titre des Voiles de Saint Barth, s'engage depuis 2019 à rendre l'événement aussi écologiquement responsable que possible, notamment en approchant le zéro plastique dans le village des courses.

Alors que la course elle-même occupe une place centrale dans cet événement, les organisateurs cherchent à sensibiliser les jeunes à la nécessité de préserver les fonds marins et océaniques.



### Plastic free

Richard Mille, title partner of Les Voiles de Saint Barth, has been committed since 2019 to making the event as environmentally responsible as possible, notably by approaching a zero plastic footprint in the race village. While the race itself occupies a central place in this event, the organizers seek to raise awareness among young people about the need to preserve the seabed and ocean floor.



## Sans papier

Frédérique Constant ne propose plus à ses clients des catalogues imprimés. La manufacture les a remplacés par des cartes de visite avec des QR code qui redirigent vers des catalogues en ligne.

### Paperless

Frédérique Constant no longer offers its customers printed catalogs. The manufacture has replaced them with business cards with QR codes that redirect to online catalogs.



## Pour une planète perpétuelle

L'engagement éco-responsable de Rolex se traduit par son initiative Perpetual Planet. Cette dernière soutient des personnalités et des organisations clés qui offrent des solutions pour relever les défis environnementaux, parmi lesquels la protection des océans. De quoi réaffirmer son engagement à long terme aux côtés d'explorateurs qui agissent en faveur de l'environnement, comme aujourd'hui Sylvia Earle. Fondatrice de Mission Blue, la biologiste marine, océanographe et exploratrice, récompensée d'un Prix TED, distinction décernée à des visionnaires audacieux capables de susciter un changement à l'échelle planétaire, contribue à établir en divers lieux du globe des zones océaniques à protéger ou Hope Spots (lieux d'espoir). Né d'un simple concept visant à protéger les océans, le programme Mission Blue a mené 30 expéditions. Depuis 2009, 132 Hope Spots ont été reconnus dans le monde, dont 21 rien qu'en 2019. Aujourd'hui, Mission Blue travaille étroitement avec des communautés locales dans plus de 69 pays pour restaurer leur environnement marin unique.

### For a perpetual planet

Rolex's eco-responsible commitment is reflected in its Perpetual Planet initiative. This programme supports key individuals and organisations that offer solutions to environmental challenges, including protecting the oceans. This reaffirms Rolex's long-term commitment to working alongside explorers who are taking action in favor of the environment, such as Sylvia Earle today. The founder of Mission Blue, the award-winning marine biologist, oceanographer and explorer, who has received a TED Award, a distinction given to bold visionaries capable of bringing about global change, is helping to establish ocean areas to be protected or Hope Spots in various parts of the world. Born out of a simple concept to protect the oceans, the Mission Blue program has conducted 30 expeditions. Since 2009, 132 Hope Spots have been designated around the world, including 21 in 2019 alone. Today, Mission Blue works closely with local communities in more than 69 countries to restore their unique marine environment.



## Pionnier dans le domaine

IWC s'impose comme un des pionniers du développement durable depuis 2018 avec une manufacture repensée, un choix réfléchi de ses matières premières, et le bien-être des salariés, sans oublier des pratiques commerciales transparentes et responsables. Morceaux choisis avec une réduction de 10% de ses émissions de gaz à effet de serre, une diminution de 30% du volume et du poids de ses emballages, l'achat d'électricité 100% d'origine renouvelable, le recyclage de son or ou le développement de nouveaux matériaux durables...

**Pioneer in the field**

IWC has been one of the pioneers of sustainable development since 2018 with a rethought factory, a thoughtful choice of its raw materials, and the well-being of its employees, without forgetting transparent and responsible business practices. This is evidenced by a 10% reduction in its greenhouse gas emissions, a 30% reduction in the volume and weight of its packaging, the purchase of 100% renewable electricity, the recycling of its gold and the development of new sustainable materials...

**Un ambassadeur inspirant**

Le plus grand explorateur vivant, fervent défenseur de Dame Nature, **Mike Horn**, est ambassadeur pour **Panerai** et prend son rôle très à cœur, au point d'inspirer la maison dans sa mission de protéger la planète. Si Panerai utilise de nombreux matériaux recyclés, la manufacture sensibilise ses clients à la fonte des neiges et à la protection des océans grâce à l'expérience unique de Mike Horn.

**An inspiring ambassador**

Mike Horn, the greatest living explorer and a passionate advocate for Mother Nature, is an ambassador for Panerai and takes his role very seriously, inspiring the company in its wish to protect the planet. While Panerai uses many recycled materials, the company is raising awareness among its customers about melting snow and protecting the oceans.

**De l'acier propre**

Chopard s'est forgé sa réputation «écologique» grâce à une utilisation systématique d'or éthique, aussi bien pour ses bijoux que pour ses montres. Elle enfonce le clou cette fois avec de l'acier éthique, utilisé notamment pour son dernier produit, la montre Alpine Eagle. Baptisé Lucent Steel A223, exclusif, cet acier responsable aura demandé quatre ans de développement. Issu d'un processus de refonte, il est recyclé à 70% et extrait à 30% à travers un circuit 100% traçable.

**Clean steel**

Chopard has earned its "green" reputation through the systematic use of ethical gold in both its jewelry and watches. This time it pushes things further with ethical steel, used in particular for its latest piece, the Alpine Eagle watch. Named Lucent Steel A223, this exclusive, responsible steel took four years of development. Resulting from a remelting process, it is 70% recycled and 30% extracted through a 100% traceable circuit.

**Une maison responsable**

Entièrement rénovée, la manufacture **Jaeger-LeCoultre** conserve son allure de vieille bâtisse mais nous réserve bien des surprises. Elle est un modèle de responsabilité. En effet, afin de préserver les nappes phréatiques et les eaux du lac de Joux, son système hydraulique est adapté aux besoins sans impact sur l'environnement. De fait, malgré une hausse de la production, la consommation d'eau a fortement réduit.

Premier employeur de la vallée de Joux, la manufacture facilite les trajets de ses collaborateurs en soutenant activement le covoiturage et en mettant en place des lignes de bus dont elle prend en charge la totalité des frais.

**A responsible house**

Entirely renovated, the Jaeger-LeCoultre factory retains its old-fashioned look but still has many surprises in store for us. It is a paragon in terms of responsibility. Indeed, in order to preserve the water tables and the waters of Lac de Joux, its hydraulic system is adjusted to the needs without impacting the environment. In fact, despite an increase in production, water consumption has been greatly reduced. As the largest employer in the Vallée de Joux, the manufacture facilitates its employees' journeys by actively supporting carpooling and by setting up bus routes for which it pays the full cost.

**Sauvez les rhinos**

**Hublot** agit en faveur de la préservation des rhinocéros, une urgence pour le respect de la biodiversité. En partenariat avec Kevin Pietersen, fondateur de SORAI (Save Our Rhino Africa India), Hublot a créé une montre Big Bang Unico Sorai dont une grande partie des produits des ventes est reversée directement à Care for Wild pour le soin et la préservation des bébés rhinocéros orphelins et au South African National Park pour le renforcement de leurs capacités de surveillance. « Devancer les braconniers est à chaque fois une course contre la montre. Nous sommes fiers et heureux de soutenir SORAI », a déclaré Ricardo Guadalupe, CEO de Hublot.

**Save the rhinos!**

**Hublot** is taking action to preserve rhinos, an urgent need to respect biodiversity. In partnership with Kevin Pietersen, founder of SORAI (Save Our Rhino Africa India), Hublot has created a Big Bang Unico Sorai watch, with a large portion of the proceeds from sales going directly to Care for Wild, for the care and preservation of orphaned baby rhinos and to the South African National Park to strengthen their monitoring capabilities. «Getting ahead of the poachers is always a race against time. We are proud and happy to support SORAI,» said Ricardo Guadalupe, CEO of Hublot.

**Une promesse**

House of Geneva dévoile sa Promesse, celle de soutenir l'or éthique et les pierres provenant de sources responsables. Chaque gemme provient de sources respectueuses du Processus Kimberley et des résolutions des Nations Unies alors que l'extraction de l'or utilisé par la maison doit avoir un impact positif sur l'environnement ainsi que sur les communautés minières.

**A promise**

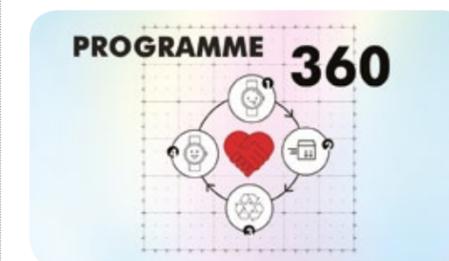
House of Geneva unveils its Promise to support ethical gold and stones from responsible sources. Each gem comes from sources that respect the Kimberley Process and United Nations resolutions, while the extraction of the gold used by the house must have a positive impact on the environment and the mining communities.

**L'or du Jura**

Fondée en 2020 à Genève, ID Genève propose des montres en acier inoxydable recyclé à 100%. Un acier propre provenant des déchets des entreprises horlogères du Jura fondus à moins de 200 kilomètres du Jura, et baptisé à juste titre "or du Jura". Une belle initiative à laquelle s'ajoutent des bracelets réalisés en matériaux recyclés et recyclables à base de compost végétal.

**The gold of the Jura**

Founded in 2020 in Geneva, ID Genève offers watches made of 100% recycled stainless steel. A clean steel, coming from the waste of watchmaking companies in the Jura, melted less than 200 kilometers from the Jura, and aptly named «Jura gold». A fine initiative to which we can add bracelets made from recycled and recyclable materials based on vegetable compost.

**Une seconde vie**

Soucieuse d'encourager l'industrie à produire autrement et à se montrer responsable de ses déchets, Awake a lancé son programme 360. Une vaste collecte de montres en fin de vie qui sont envoyées à Eco Tempo, spécialiste du recyclage de montres et de bijoux, afin de les traiter au mieux selon les propriétés de chacun de leurs composants. De quoi démontrer qu'il n'est pas si complexe de traiter ses déchets. En guise d'encouragement, Awake offre un bon d'achat de 50 euros à chaque participant pour qu'il s'offre une montre éco-responsable Awake flamboyante neuve.



donating the equivalent of 0.5% of its advertising revenues each time an animal image is used in its advertisements. Lion's Share's 5-year goal is to raise \$100 million a year to fund associations fighting for the preservation of biodiversity. At the same time, Cyrille Vigneron, CEO of Cartier, launched Cartier For Nature. A new fund dedicated to the preservation of the environment. Its main objective is to support associations and initiatives that have a positive impact on the environment.

**Pour la faune et son habitat**

En septembre dernier, **Cartier** a rejoint le **Lion's Share Found**. Une initiative privée qui réunit de nombreux défenseurs de l'environnement dirigée par le programme des Nations Unies. Cartier s'engage ainsi à verser l'équivalent de 0,5% de ses recettes publicitaires à chaque fois que l'image d'un animal est utilisée dans ses publicités. L'objectif sur 5 ans du Lion's Share est de récolter 100 millions de dollars par an pour financer des associations qui luttent pour la préservation de la biodiversité. Dans le même temps, Cyrille Vigneron, CEO de Cartier, a lancé Cartier For Nature, un nouveau fond dédié à la préservation de l'environnement. Son objectif principal est de soutenir des associations et des initiatives qui ont un impact positif sur l'environnement.

**For wildlife and its habitat**

Last September, Cartier joined Lion's Share Found. A private initiative that brings together many environmental advocates, led by the United Nations program. Cartier thus commits to

**A second life**

To encourage industry to produce differently and be responsible for its waste, Awake launched its 360 program. A vast collection of end-of-life watches is sent to Eco Tempo, a specialist in the recycling of watches and jewelry, in order to treat them as well as possible according to the properties of each of their components. This demonstrates that it is not so complex to treat waste. As an incentive, Awake offers a 50 euro voucher to each participant to buy a brand new eco-responsible Awake watch.

**Icone recyclée**

Pour mettre un terme à la destruction des forêts, Tiffany & Co. offre des catalogues et des emballages provenant de sources durables en privilégiant la certification du Forest Stewardship Council (FSC). Tiffany & Co. collabore aussi avec la Rainforest Alliance afin de mettre en place des lignes directrices officielles au sujet de l'approvisionnement responsable en bois et en papier. Depuis 2019, la totalité des catalogues Tiffany & Co., de son matériel publicitaire et de ses emballages bénéficient d'un approvisionnement responsable. Sans oublier les iconiques Blue Box, composées à 50% minimum de matières recyclées.

**-/ Recycled icon**

To stop the destruction of forests, Tiffany & Co. offers catalogs and packaging from sustainable sources with a focus on Forest Stewardship Council (FSC) certification. Tiffany & Co. is also working with the Rainforest Alliance to establish formal guidelines for responsible wood and paper procurement. Since 2019, all Tiffany & Co. catalogs, advertising materials and packaging have been sourced responsibly. Not to mention the iconic Blue Boxes, made with a minimum of 50% recycled content.

**Les ruches de la Chaux-de-Fonds**

Girard-Perregaux s'engage dans la préservation des abeilles en les réintroduisant dans une zone urbaine. Et pas n'importe laquelle, la Chaux-de-Fonds, plus précisément dans les jardins de son siège social. Au total, 50'000 individus par ruche pour une production d'une quinzaine de kilos de miel par an. « Avec nos ruches, nous réintroduisons un peu de nature dans la ville » nous confie Claire Piroddi, responsable du développement durable Montres et Bijoux du groupe Kering dont fait partie Girard-Perregaux.

Girard-Perregaux is committed to the preservation of bees by reintroducing them to an urban area. And not just any area, La Chaux-de-Fonds, more precisely the gardens of its head office. In total, 50'000 individuals per hive for a production of about fifteen kilos of honey per year. "With our beehives, we're reintroducing a bit of nature into the city," says Claire Piroddi, head of sustainable development for Watches and Jewelry at the Kering group, whose Girard-Perregaux is part of.

**Test de paternité**

Gübelin Jewellery fait appel à la technologie de l'Emerald Paternity Test. Cette technologie de pointe utilise des nanoparticules à base d'ADN qui sont appliquées directement sur les cristaux d'émeraude bruts sortis d'une mine. Développées spécifiquement pour survivre à tous les procédés usuels auxquels est soumis une émeraude avant de parvenir jusqu'au client final (tels que nettoyage, taille, polissage, transport, sertissage), ces nanoparticules peuvent être prélevées et décodées à chaque étape de la chaîne d'approvisionnement. Cette technologie offre aux mines, aux gouvernements, aux organismes en charge de la commercialisation, à l'industrie et à ses autorités de surveillance, aux marques de joaillerie et aux clients finaux un niveau de transparence nouveau et unique pour déterminer l'origine des émeraudes.

**Paternity test**

Gübelin Jewellery uses the technology of the Emerald Paternity Test. This state-of-the-art technology consists of DNA-based nanoparticles that are applied directly to the raw emerald crystals coming out of a mine. Developed specifically to survive all the usual processes an emerald undergoes before reaching the end customer (such as cleaning, cutting, polishing, transportation, setting), these nanoparticles can be removed and decoded at each stage of the supply chain. This technology offers mines, governments, marketing agencies, industry and supervisory authorities, jewelry brands and end customers a new and unique level of transparency to determine the origin of emeralds.

**Sur les traces**

La traçabilité est un objectif clé pour Kering en général et pour Boucheron en particulier, qui fait partie du groupe. De quoi illustrer la démarche d'engagement durable de la maison.

Les deux émeraudes de ces pendants d'oreilles possèdent ainsi un certificat de traçabilité, certifiant qu'elles proviennent de la mine de Muzo située au centre de la Colombie. La mine de Muzo produit des émeraudes d'exception depuis le XVIème siècle. Aujourd'hui, elle est pionnière dans le développement d'un certificat de traçabilité complet pour les émeraudes individuelles, conformément à la norme ISO 9000, fournissant des informations de l'émeraude brute à l'émeraude taillée. La mine de Muzo est également membre du Colored Gemstones Working Group (CGWG).

Traceability is a key objective for Kering in general and for Boucheron in particular, which is part of the group. This illustrates the company's sustainable commitment approach. The two emeralds of these ear pendants thus have a traceability certificate, certifying that they come from the Muzo mine located in central Colombia. The Muzo mine has been producing exceptional emeralds since the 16th century. Today, it is a pioneer in the development of a complete traceability certificate for individual emeralds, in accordance with the ISO 9000 standard, providing information from raw emerald to cut emerald. The Muzo mine is also a member of the Colored Gemstones Working Group (CGWG).



Pendants d'oreilles Perspectives de la collection Haute Joaillerie Paris, vu du 26, en or blanc, platine et laque sertis de diamants et de deux émeraudes de Colombie.

Perspectives earrings from the Haute Joaillerie Paris collection, vu du 26, in white gold, platinum and lacquer, set with diamonds and two emeralds from Colombia.

**Bracelets végétaux**

Eberhard & Co. réduit son utilisation de matières premières d'origine animale dans la fabrication de ses bracelets. Obéissant déjà à la réglementation de la Convention Internationale CITES, elle répond aussi à la sensibilité grandissante des consommateurs quant à une telle utilisation. C'est ainsi que l'horloger est régulièrement en recherche de produits de substitution aux bracelets en cuir de crocodile, tels que la soie par exemple (photo) et étudie actuellement plusieurs développements qui vont dans ce sens.

**Vegetal bracelets**

Eberhard & Co. reduces its use of raw materials of animal origin in its bracelets. Already complying with the regulations of the International CITES Convention, it also addresses the growing consumer awareness of such use. Thus, the watchmaker is regularly looking for substitutes to crocodile leather straps, such as silk for example (photo) and is currently studying several developments in this regard.



1887 en acier, 42 mm de diamètre, mouvement à remontage manuel, bracelet en soie.

1887 in steel, 42 mm diameter, hand-wound movement, silk bracelet.

**Sauvez les manta(s)**

Carl F. Bucherer travaille depuis plus de huit ans avec l'organisation caritative Manta Trust pour aider à la conservation des océans et des habitats des raies manta. Les raies manta sont l'une des nombreuses créatures marines dont la survie est menacée par la surpêche. Le Manta Trust s'est engagé à protéger et à assurer la survie de ces animaux mystérieux et charismatiques dans plus de 20 pays différents.

Carl F. Bucherer has been working for over eight years with the Manta Trust charity to help conserve the oceans and habitats of manta rays. Manta rays are one of many marine creatures whose survival is threatened by overfishing. The Manta Trust is committed to protecting and ensuring the survival of these mysterious and charismatic animals in over 20 different countries.

# Implications multiples

La vallée de Joux, dans le Jura suisse, abrite le siège d'Audemars Piguet depuis sa fondation en 1875. Bien qu'à une heure de route de Genève, la vallée est entourée de magnifiques forêts, presque vierges de toute civilisation. **De quoi intégrer l'ADN d'Audemars Piguet qui s'impose comme une entreprise responsable et ce, sur différents fronts.**

Audemars Piguet respecte les règles d'éthique professionnelle les plus strictes, conformément aux recommandations du Pacte Mondial des Nations unies, qui invite les entreprises à adopter, soutenir et appliquer dans leur sphère d'influence un ensemble de valeurs fondamentales dans les domaines des droits de l'homme, des normes de travail, de

l'environnement et de la lutte contre la corruption.

- Audemars Piguet sélectionne ses fournisseurs parmi des entreprises qui respectent les mêmes principes de développement durable qu'elle.
- Audemars Piguet ne dispose que de bâtiments certifiés Minergie Eco® pour leur faible consommation d'énergie.
- Audemars Piguet contribue au respect de l'environnement via sa fondation créée par Jacques-Louis Audemars en 1992. Pionnière, elle fait partie des rares fondations d'entreprise qui s'engagent à préserver les forêts, à éduquer les enfants à l'environnement, à restaurer la biodiversité et à valoriser les connaissances traditionnelles.



**Multiple implications**  
 The Vallée de Joux in the Swiss Jura has been home to the headquarters of Audemars Piguet since its foundation in 1875. Although only an hour's drive from Geneva, the valley is surrounded by magnificent forests, almost untouched by civilization. **All of which is a testament to Audemars Piguet's DNA as a responsible company, on a variety of fronts.**  
 Audemars Piguet adheres to the strictest rules of professional ethics, in line with the recommendations of the United Nations Global Compact, which invites companies to adopt, support and apply within their sphere of influence a set of fundamental values in the areas of human rights, labor standards, environmental

protection and anti-corruption.  
 - Audemars Piguet selects its suppliers from companies that respect the same principles of sustainable development as it does.  
 - All of Audemars Piguet's buildings are certified Minergie Eco® for their low energy consumption.  
 - Audemars Piguet contributes to respect for the environment through its foundation created by Jacques-Louis Audemars in 1992. A pioneer, it is one of the few corporate foundations committed to preserving forests, educating children about the environment, restoring biodiversity and promoting traditional knowledge.

# COTE MAGAZINE WHAT'S UP

CHRONIQUE FINANCIÈRE - CAHIER DE DESSEINS - COLLÈGE DU LÉMAN - CLINIQUE HIRSLANDEN BOIS-CERF - DOCTEUR MERCADIER



Austin Powers, réalisé par Jay Roach avec Mike Myers, 1997.



The courage of conviction  
in serving your wealth

**P**Prime  
Partners  
DEPUIS 1998

Asset Management and  
Investment Consulting

15, rue des Alpes

1201 Genève

Suisse

Td. +41 22 787 06 80

[www.prime-partners.com](http://www.prime-partners.com)

# DE L'EFFET DU CYCLE DE SUPER-LIQUIDITÉS!

-/ THE SUPER-LIQUIDITY CYCLE AND ITS EFFECTS!

**LA NOUVELLE ANNÉE S'EST OUVERTE SUR DES RÉSULTATS MITIGÉS QUANT À LA MAÎTRISE DE LA PANDÉMIE DE COVID-19 ET LA MISE EN ŒUVRE EFFECTIVE DE LA CAMPAGNE DE VACCINATION. TOUTEFOIS, LES INVESTISSEURS NE SEMBLENT PAS S'INQUIÉTER OUTRE MESURE DES NIVEAUX D'ÉVALUATION ÉLEVÉS QU'AFFICHENT LES PRINCIPAUX MARCHÉS D' ACTIONS EN CETTE PHASE DE DÉBUT DE CYCLE ÉCONOMIQUE (QUI DOIT ENCORE SE CONFIRMER).**

**-/ THE NEW YEAR OPENED WITH MIXED RESULTS REGARDING THE CONTAINMENT OF THE COVID-19 PANDEMIC AND THE EFFECTIVE IMPLEMENTATION OF THE VACCINATION CAMPAIGN. HOWEVER, INVESTORS DO NOT SEEM TO BE OVERLY CONCERNED ABOUT THE HIGH VALUATION LEVELS OF THE MAIN EQUITY MARKETS IN THIS EARLY PHASE OF A NEW ECONOMIC CYCLE (WHICH HAS YET TO BE CONFIRMED).**

Qui plus est, le ratio de la capitalisation boursière rapporté au PIB mondial est désormais supérieur à celui que observé au moment de la « bulle techno » dans les années 90. La rapidité avec laquelle nous sommes passés, en quelques mois seulement, de zones « confortables » à des zones « optimistes » sur certains marchés fait craindre à certains que les bourses ne soient affectées par un phénomène majeur d'exubérance. Il est vrai que le décalage entre le monde réel et la sphère financière n'a peut-être jamais été aussi marqué ! Les mesures de confinement liées à la Covid-19 ont encore renforcé ce sentiment, naturellement présent au sein de la population.

Un élément important doit cependant être intégré à cette observation, à savoir le caractère exceptionnel du cycle de liquidités initié par les banquiers centraux depuis le printemps 2020. Ce que nous qualifions de cycle de super-liquidités ! On ne mettra jamais assez l'accent sur ce phénomène, qui bien évidemment renforce le risque d'une économie de bulle. L'ampleur de cette dernière a-t-elle déjà atteint des niveaux tels qu'elle justifie un désengagement des bourses à la faveur du rallye des derniers mois ? Nous ne le pensons pas, car le scénario d'une forte reprise en deuxième partie d'année et l'initiation d'un cycle d'expansion à moyen terme est possible, pour ne pas dire probable.

Le « grand écart » des liquidités par rapport à l'économie réelle ne nous semble de prime abord pas menacé ; nous restons convaincus que les politiques ultra-accommodantes ne seront pas remises en cause au cours des prochains trimestres.

Qu'en est-il de l'économie réelle ? A cet égard, on peut se demander si les investisseurs n'ont pas trop anticipé une forte synchronisation du rebond économique entre les différentes régions... Rien ne permet de répondre par l'affirmative en l'état. Il n'en demeure pas moins que cette question devra faire l'objet d'une attention toute particulière dans l'avenir immédiat ; une synchronisation limitée de la reprise pousserait en effet les investisseurs à devoir se soucier davantage du hiatus entre la sphère financière et l'économie réelle. Nous n'en sommes pas encore là mais devons garder cette hypothèse à l'esprit !

-/ Moreover, the ratio of market capitalization to global GDP is now higher than that observed at the time of the "tech bubble" in the 1990s. The pace of our rapid transition from "comfortable" to "optimistic" zones in certain markets in just a few months has led some to fear that stock markets may be affected by a major phenomenon of exuberance. Admittedly, the gap between the real world and the financial sphere has perhaps never been so striking! The containment measures linked to Covid-19 have further reinforced this feeling, naturally present in the population.

However, an important element must be taken into account in this observation, namely the exceptional character of the liquidity cycle initiated by the central bankers since the spring of 2020. This is what we call the super-liquidity cycle! One can never put enough emphasis on this phenomenon, which obviously increases the risk of a bubble economy. In the wake of the recent months' rally, has the scale of the latter already reached levels that justify a disengagement from the stock markets? We don't think so, because the scenario of a strong recovery in the second half of the year and the beginning of a medium-term expansion cycle is possible, not to say probable.

Prima facie, we don't see the "large gap" of liquidity in relation to the real economy as being at risk; we remain convinced that the ultra-accommodating policies will not be called into question over the next few quarters. What about the real economy? In this respect, one may wonder whether investors have not anticipated too much synchronization of the economic rebound between the different regions. Nothing allows us to answer in the affirmative as it stands. Nonetheless, this question will have to be given special attention in the immediate future; a weak synchronization of the recovery would indeed lead investors to be more concerned about the gap between the financial sphere and the real economy. We are not there yet, but this possibility must be kept in mind!



**TERRÉSENS**  
VIVEZ L'EXPÉRIENCE

Co-promotion :

**COMPTOIR IMMOBILIER**  
RÉGISSEURS DEPUIS 1825



LE HAMEAU DE  
LA COURONNE



**DEVENEZ PROPRIÉTAIRE À LA MONTAGNE**  
RÉSIDENCE D'EXCEPTION À GRIMENTZ



Illustrations à caractère d'ambiance non contractuelles.

- Du studio au 5 pièces
- Emplacement centre station
- Prestations haut de gamme
- Piscine, espace bien-être, playroom...
- Services de gestion & conciergerie

**+41 22 320 07 07**

contact@terresens.ch / www.terresens.ch

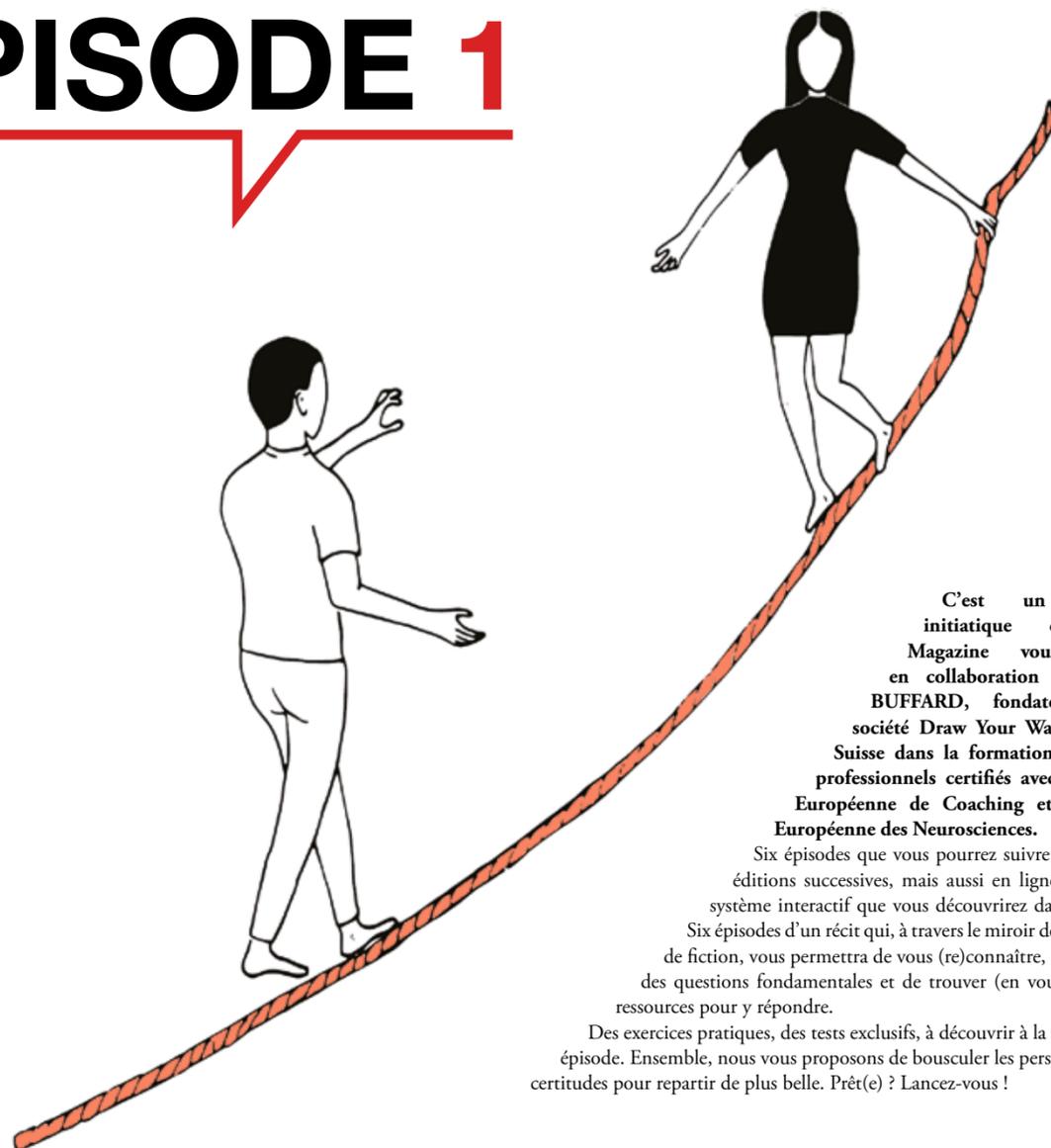
**BUREAU DE VENTE**

Route de Moiry, 1  
GRIMENTZ  
Ouvert tout l'hiver !

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

UN CAHIER DE DESSEINS, VRAIMENT ? FAUTE DE FRAPPE ? NON. C'EST...À DESSEIN QUE NOUS L'AVONS ÉCRIT AINSI.  
COMME UNE NOTE D'INTENTION À VOUS-MÊME.

## EPISODE 1



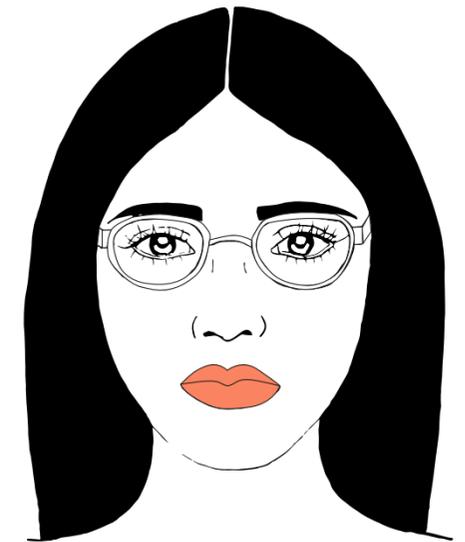
C'est un parcours initiatique que Cote Magazine vous propose en collaboration avec Frank BUFFARD, fondateur de la société Draw Your Way, leader en Suisse dans la formation de coaches professionnels certifiés avec l'Académie Européenne de Coaching et l'Académie Européenne des Neurosciences.

Six épisodes que vous pourrez suivre au fil de nos éditions successives, mais aussi en ligne, grâce à un système interactif que vous découvrirez dans ces lignes. Six épisodes d'un récit qui, à travers le miroir de personnages de fiction, vous permettra de vous (re)connaître, de vous poser des questions fondamentales et de trouver (en vous-même!) les ressources pour y répondre. Des exercices pratiques, des tests exclusifs, à découvrir à la fin de chaque épisode. Ensemble, nous vous proposons de bousculer les perspectives et les certitudes pour repartir de plus belle. Prêt(e) ? Lancez-vous !

Elle s'appelait Élise. Tout semblait minuscule chez elle. Sa taille certainement pas plus d'1 mètre 54, ses mains, fines et délicates, son visage auquel on aurait donné 20 ans de moins. Un indice aurait pourtant dû attirer mon attention dès notre première rencontre : ses grands yeux envahissant son visage, cachés derrière ses lunettes cerclées d'or. Ce n'est pas tant leur couleur qui m'a révélé plus tard leur profondeur, mais plutôt ce qu'il s'y passait. Cette lueur vive que j'aurais dû percevoir si je n'avais pas été autant absorbé, embrumé, aliéné par ce que je pensais être « mes problèmes ». Je parle d'elle au passé, non pas qu'elle ne fasse plus partie de cette existence, mais parce que ce que j'ai vécu avec elle me semble si loin, que j'ai l'impression que c'était dans une autre vie. C'était pourtant il y a un an à peine.



Elle m'expliqua d'emblée qu'elle ne soignait pas le passé. Elle «parcourait un bout de chemin» avec celles et ceux qui venaient la voir. Pour les aider à éclairer leur route, à dissiper les brouillards, parfois à leur permettre de recouvrer la vue. Comment avancer, sinon ? Peu à peu, j'ai eu l'intuition que ce que j'allais vivre et ressentir durant les semaines suivantes allait changer ma vie ou plutôt lui redonner un sens. Comme une direction que j'avais toujours suivie sans jamais savoir pourquoi et surtout sans jamais savoir où elle me mènerait. Ce que j'ai compris avec Élise, c'est que j'avais déjà parcouru un bon bout de chemin vers cette destination, ma destination. Parfois en progressant inconsciemment, mais souvent m'en éloignant, par croyance, par influence, par orgueil parfois et surtout par peur.

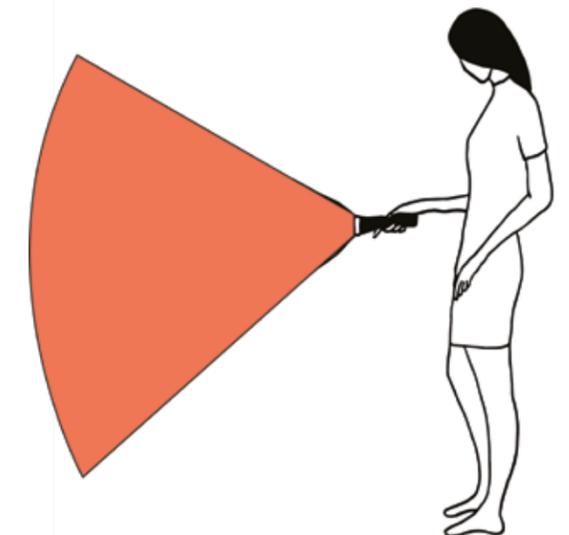


Dès que je suis entré dans son cabinet, son sanctuaire comme elle l'appelait, je n'ai eu qu'une envie : m'enfuir. Je ne savais pas vraiment ce que je faisais là. Je n'étais pas malade, le médecin me l'avait confirmé quelques semaines plus tôt. Je n'avais pas besoin de « me faire accompagner » pour aller mieux comme me le conseillaient mes amis. C'était une erreur, une poussière dans mon champ de vision.

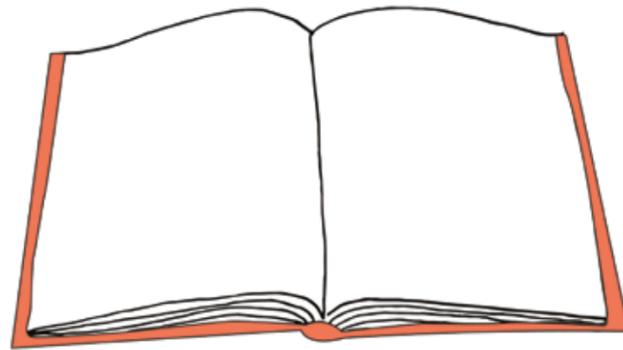
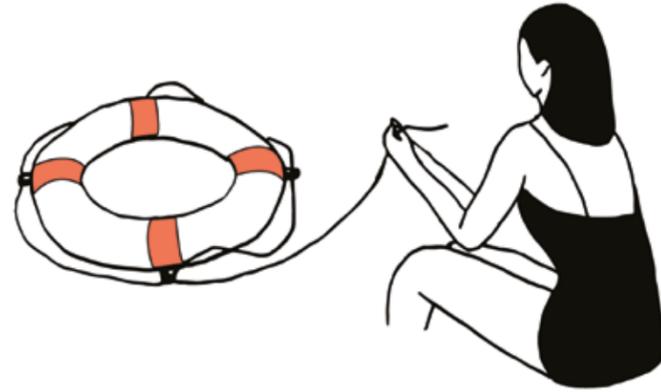
J'avais un job hautement convoité au sein d'une multinationale de renom, ma carrière était qualifiée par tous de «fulgurante», j'avais du pouvoir, de l'ambition. De l'humour, même. Et de la chance en amour. Que demander de plus ? Mais voilà, peut-être pour pousser le cliché jusqu'au bout, j'avais sombré dans une sorte de dépression inexplicable. Pas un jour ne passait sans que je ressentie un vide vertigineux, de ces vides qui questionnent le sens même de notre existence...

Lassé d'entendre mes proches me le répéter, j'avais accepté « d'aller la consulter ». Sans illusion. Que pouvait-elle m'apprendre que mon introspection ne m'ait déjà enseignée ? Une marchande de vent ?

Ça me fait presque mal de l'admettre, mais j'ai été immédiatement séduit par son accueil chaleureux, ce calme qui émanait d'elle, son sourire paisible. Je restais sur mes gardes, mais décidais de «laisser sur mes gardes» une chance au produit» comme on le disait dans mon univers professionnel. Le réflexe de fuite, conditionné par mon cerveau reptilien, se dissipa. Ce fut son premier tour de magie.

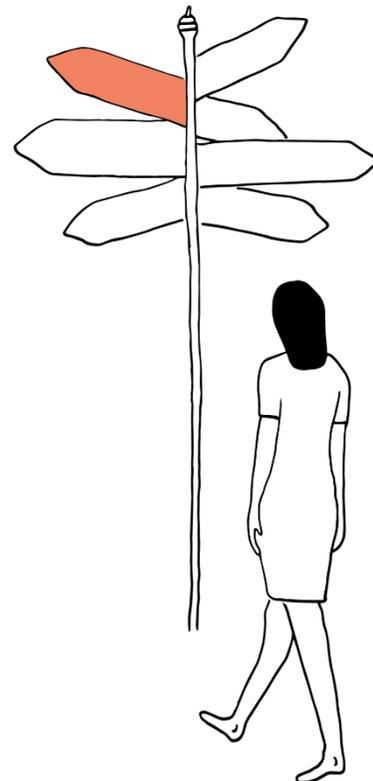


« Mark, savez-vous que dans la vie, aucune place n'est réservée ? Et c'est une excellente nouvelle ! Pourquoi? Tout simplement parce que vous pouvez choisir celle qui vous convient le mieux. Alors commençons par cette première question aussi simple que fondamentale : quelle est votre place ? »  
 Il s'ensuivit un interminable silence. Elle me laissait patauger, tel un secouriste qui attend que le noyé arrête de se débattre pour le remonter à la surface, afin de ne pas risquer d'être entraîné au fond par celui qui panique.  
 Elle m'insuffla alors une bouffée d'oxygène: « Si la réponse ne vous vient pas spontanément, rassurez-vous. Vous faites partie des personnes qui se demandent, ou qui ne se sont jamais demandées quelle est leur raison d'exister. »



Elle me tendit alors un petit carnet en me disant : ce que vous tenez entre vos mains à présent va vous aider à considérer les éléments qui vous entourent sous une perspective différente. C'est l'une des promesses que je peux vous faire si vous êtes d'accord.

« Il est probable que vous n'y parveniez pas immédiatement, poursuivit-elle. Cela demande des efforts, de la sincérité, de l'audace parfois. » Décidément, elle avait choisi de souffler le chaud et le froid avec moi ! Comme si sa seule détermination était de me mettre en mouvement, de me faire réagir, de mobiliser les émotions les plus profondes pour que je me sente vivant.  
 « Et seulement alors, après cette exploration profonde, vous pourrez clamer avec conviction votre réponse à cette question : Quelle est ma place ? »



Elle poursuivit. « Prenez cette voie comme une quête. Elle sera personnelle car vous allez vous éloigner quelques instants du regard des autres, le temps de l'exploration, prendre de la distance avec leur perception et leurs croyances, et tout simplement de ce qu'ils pensent être bon pour vous. Il n'y a personne de mieux placé que vous pour répondre à ces questions, pour décider quelle place vous devez occuper aujourd'hui et tous les jours suivants. »

Cette phrase résonna en moi immédiatement, ce petit bout de femme avait piqué ma curiosité et mon intérêt. Elle me mettait au défi aussi, et ce n'était pas mon genre de capituler ! Et puis, si ça fonctionnait ? Si ma véritable raison d'être était là, quelque part au milieu de ces pages qui n'attendaient que d'être écrites ?

Alors, en tournant la première page du cahier, je me suis dit que j'allais mettre toute mon énergie au service de ma raison d'être. Même si ce concept restait encore très flou, je percevais en moi une petite vibration qui m'avait abandonnée depuis trop longtemps déjà.

Comme si elle avait lu dans mes pensées, Elise enchaîna : « Lorsque vous saurez pourquoi vous êtes ici, quelle est votre place, il sera plus facile de servir votre raison d'être plutôt que de lutter pour ne pas la réaliser. D'être dans le flux plutôt que la résistance, d'être porté par le courant plutôt que d'avoir le sentiment de le remonter. Lorsque vous aurez découvert votre raison d'être, cela vous appartiendra. Vous seul pourrez décider de ce que vous allez en faire. Mais je suis prête à parier que vous chercherez quelle est la meilleure façon de la réaliser, de la servir. Et vous saurez que vous avez eu raison de la suivre lorsque vous ressentirez cette fluidité dans chaque chose accomplie. »  
 Devenir enfin maître de ma vie... Et si c'était plus simple que tout ce que je m'étais figuré, si toutes ces barrières n'étaient qu'imaginaires ? C'est à ce moment là que je me suis demandé intérieurement: qui suis-je pour ne pas essayer dès aujourd'hui ?



Mark a le sentiment de ne pas vivre la vie qu'il souhaite. Même s'il trouve quelques avantages à rester dans cette situation, il commence à songer à ce qu'il devrait faire pour combler ce fossé qui le sépare d'une vie heureuse. Elise lui propose alors de réfléchir sur la photographie instantanée de sa vie.

Commencez votre CAHIER DE DESSEINS© en flashant ce QR Code et découvrez comment réaliser la photographie instantanée de votre vie.

**Découvrez l'épisode 2 dans le prochain numéro de COTE Magazine.**



# COLLÈGE DU LÉMAN

**DEPUIS SA FONDATION EN 1960 PAR FRANCIS ET INGE CLIVAZ, LE COLLÈGE DU LÉMAN A TOUJOURS ÉTÉ MARQUÉ DU SCEAU DE L'EXCELLENCE. IL FAIT PARTIE DU RÉSEAU NORD ANGLIA EDUCATION, PRÉSENT DANS LE MONDE ENTIER.**

**-/ SINCE ITS FOUNDATION IN 1960 BY FRANCIS AND INGE CLIVAZ, THE COLLÈGE DU LÉMAN HAS ALWAYS BEEN RENOWNED FOR ITS EXCELLENCE. IT IS PART OF THE NORTH ANGLIA EDUCATION NETWORK, PRESENT THROUGHOUT THE WORLD.**

Collège du Léman  
Route de Sauverny 74, 1290 Versoix  
+41 22 775 56 71  
[www.cdl.ch](http://www.cdl.ch)



**Avec 1'800 élèves de 2 à 18 ans sur un unique campus vert et arboré à Versoix, il peut s'enorgueillir d'une atmosphère multiculturelle, et accueille des élèves du CP à la terminale. L'esprit international est activement cultivé dans toutes les dimensions de la structure.**

**-/ With 1,800 students from 2 to 18 years old on a single green and tree-lined campus in Versoix, it prides itself on its multicultural atmosphere and welcomes students from 1st grade to senior year. The international spirit is actively cultivated in every dimension of the structure.**

Le Collège du Léman propose une démarche pédagogique centrée sur le bien-être des élèves. Chaque étudiant est abordé de manière individuelle, qu'il s'agisse des supports de travaux, personnalisés, aux cours particuliers lorsque nécessaire. Convaincu depuis sa création que la construction et l'épanouissement d'un enfant ne passe pas uniquement par l'acquisition de connaissances académiques, le Collège du Léman a développé un enseignement intégrant de nombreuses activités extrascolaires allant du sport aux arts.

The Collège du Léman offers a pedagogical approach focused on the well-being of its students. Each one of them is addressed on an individual basis, whether it is through work materials, personalized work, or private lessons when necessary. Convinced since its creation that the development and growth of a child does not only depend on the acquisition of academic knowledge, the Collège du Léman has developed a teaching program that integrates numerous extra-curricular activities ranging from sports to arts.

L'enseignement bilingue permet aux élèves de passer cinq diplômes reconnus internationalement. Depuis 6 ans, le taux de réussite de ses étudiants atteint les 98 % tous diplômes confondus! Les formations proposées ouvrent directement les portes des meilleures universités du monde, notamment celles des Etats-Unis, de Grande-Bretagne et d'Europe Occidentale.

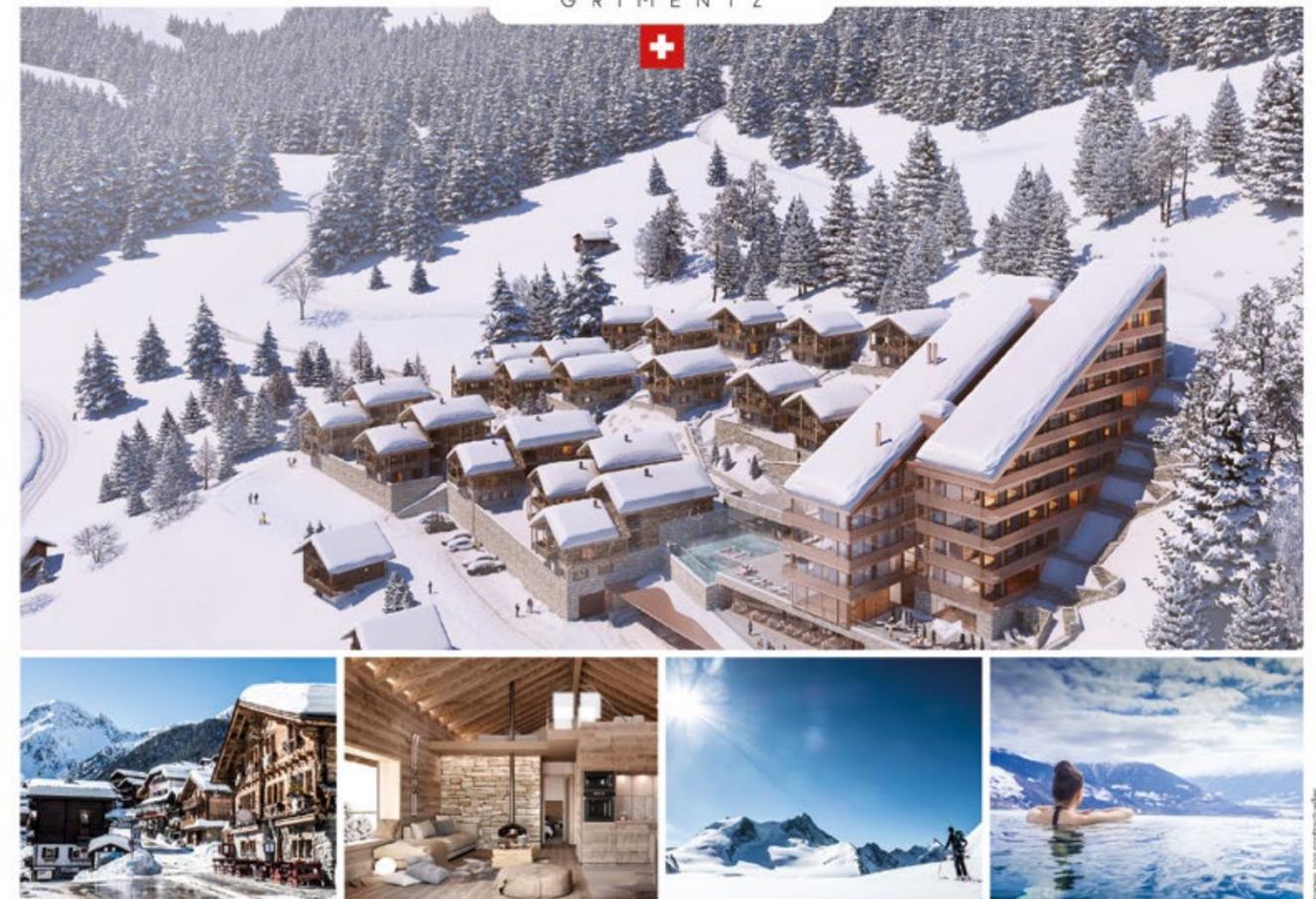
Bilingual education allows students to obtain five internationally recognized diplomas. For the past 6 years, the success rate of its students has reached 98%, all diplomas combined! The courses offered directly open the doors of the best universities in the world, especially those in the United States, Great Britain and Western Europe.

Les maîtres-mots de cet établissement ? Respect, Internationalisme Esprit de l'équipe et Excellence (RISE)

The key words of this establishment? Respect, Internationalism, Spirit and Excellence (RISE)

**G**  
**GUERNERÉS**  
EXCLUSIVE LODGE

GRIMENTZ



**Un joyau Suisse**

Ski In / Ski Out

CHALET.  
APPARTEMENTS.  
RESORT ET SPA AVEC  
SERVICES HÔTELIERS

**INFORMATIONS**

Agence Comptoir Immobilier  
Route de Moiry 1, 3961 Grimentz, Suisse  
+41 27 452 23 09



[guerner.es.com](http://guerner.es.com)

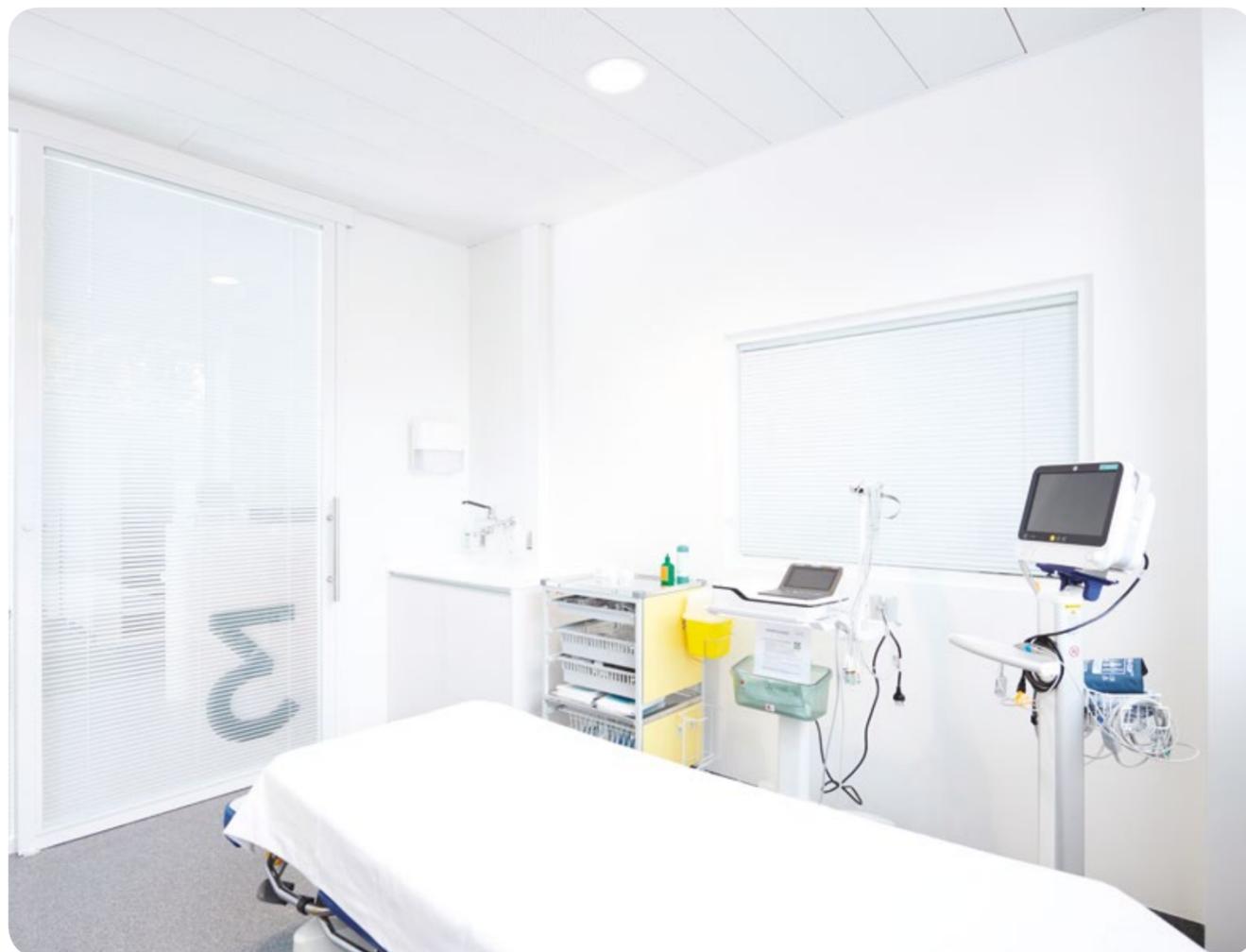


# DE NOUVELLES URGENCES ORTHOPÉDIQUES À LA CLINIQUE HIRSLANDEN BOIS-CERF À LAUSANNE

-/ A NEW ORTHOPEDIC EMERGENCY CENTER AT HIRSLANDEN CLINIQUE BOIS-CERF IN LAUSANNE.

**LES URGENCES ORTHOPÉDIQUES DE HIRSLANDEN CLINIQUE BOIS-CERF SONT OUVERTES DEPUIS LE 16 DÉCEMBRE 2020. ELLES PRENNENT EN CHARGE LES URGENCES ADULTES NON VITALES DANS LE DOMAINE DE L'ORTHOPÉDIE ET DE LA TRAUMATOLOGIQUE. INTERVIEW DU DOCTEUR FRANCK DEVOS, RESPONSABLE DU CENTRE.**

**-/ HIRSLANDEN'S NEW ORTHOPEDIC EMERGENCY CENTER AT CLINIQUE BOIS-CERF HAS BEEN OPEN SINCE DECEMBER 16, 2020. THEY TAKE CARE OF NON-VITAL ADULT EMERGENCIES IN THE FIELD OF ORTHOPEDICS AND TRAUMATOLOGY. INTERVIEW WITH DR. FRANCK DEVOS, HEAD OF THE CENTER.**



**Pour quelles raisons avez-vous inauguré un centre d'urgences spécifiquement en orthopédie à la Clinique Bois-Cerf ?**

Autrefois, il y avait un centre d'accueil orthopédique à la Clinique de Longeraie, qui a fermé depuis. Il y avait donc un manque à combler dans ce domaine d'activité.

Tout d'abord, l'avantage de le situer à la Clinique Bois-Cerf est que celle-ci possède toutes les compétences médicales et le plateau technique nécessaires. Elle regroupe des chirurgiens spécialisés en orthopédie, radiologie et médecine sportive qui ont tous une forte expérience en traumatologie. Elle possède également un équipement de pointe, notamment 2 scanners et 2 IRM, un centre de physiothérapie et un bassin de réhabilitation. Dans le cadre des partenariats médicaux de la clinique, ces médecins prennent également en charge les athlètes du Lausanne Hockey Club et du Ballet Béjart, ce qui reflète le niveau d'expertise.

Ensuite, dans les services d'urgences, les problèmes orthopédiques légers tels que les fractures et entorses sont souvent traités tardivement, car considérés comme non vitaux. Les patients doivent alors attendre plusieurs heures avant d'être pris en charge. Dans le service d'urgences orthopédiques de la Clinique Bois-Cerf ce délai est réduit considérablement car le patient a immédiatement accès à un examen multidisciplinaire, effectué par des médecins séniors dotés d'une forte expérience dans ce domaine.

Pour finir, grâce à notre solide réseau d'orthopédistes, nous pouvons offrir une prise en charge à 360° permettant de planifier directement avec le patient un rendez-vous en imagerie, puis fixer une nouvelle visite avec le chirurgien, et enfin l'orienter vers un physiothérapeute.

**Quelles sont les collaborations avec les autres centres d'urgences vaudois ? Y a-t-il des synergies avec les urgences existantes de la Hirslanden Clinique Cecil ?**

Nous faisons partie du réseau d'urgences vaudois et sommes présents sur l'application Urgences Vaud.

Le centre est certes nouveau, mais tous les médecins qui y travaillent exercent également aux urgences de la Clinique Cecil ce qui permet de fortes synergies. Nous avons des collaborations de longue date, notamment avec le CHUV, vers lequel nous orientons les cas plus sévères. Notre centre permet ainsi de désengorger le département de traumatologie du CHUV en cas de période de forte affluence. Les cabinets de montagne nous adressent aussi des patients, pour le suivi de traumatismes.

L'interconnexion entre nos services d'urgences et les spécialistes nous permet d'orienter chaque patient vers le site le plus adapté à son cas, de lui assurer une prise en charge optimale et un temps d'attente le plus court possible.

**-/ Why did you inaugurate an emergency center specifically for orthopedics at Bois-Cerf Clinic?**

There used to be an orthopedic care center at the Longeraie Clinic, which has since closed. So there was a gap to be filled in this medical field.

First of all, the advantage of locating it at Bois-Cerf Clinic is that it offers all the necessary medical skills and technical facilities. It regroups surgeons specialized in orthopedics, radiology and sports medicine, all of whom have a great deal of experience in traumatology. It also features state-of-the-art equipment, including 2 scanners and 2 MRIs, a physiotherapy center and a rehabilitation basin.

As part of the clinic's medical partnerships, these doctors also treat athletes from the Lausanne Hockey Club and Ballet Béjart, reflecting their level of expertise.

Secondly, in the emergency services, minor orthopedic problems such as fractures and sprains are often dealt with belatedly, as they are considered non-vital. Patients then have to wait several hours before being treated. In the orthopedic emergency department of the Bois-Cerf Clinic, this delay is considerably reduced because the patient has immediate access to a multidisciplinary examination, performed by senior physicians with extensive experience in this field.

Finally, thanks to our solid network of orthopedic surgeons, we can offer a 360° care, allowing us to schedule an imaging appointment directly with the patient, then arrange another visit with the surgeon, and finally refer the patient to a physiotherapist.

**What are the collaborations with the other emergency centers in the canton of Vaud? Are there any synergies with the Hirslanden Clinique Cecil's existing emergency centers?**

We are part of the Vaud emergency network and are present on the Urgences Vaud application.

The center is certainly new, but all the doctors who work there also practice at the Cecil Clinic's emergency rooms, which allows for strong synergies.

We have long-standing collaborations, particularly with the CHUV, to which we refer more severe cases. Our center thus allows us to relieve the CHUV's trauma department in the event of a busy period. Mountain clinics also refer patients to us for trauma follow-up.

The interconnection between our emergency services and the specialists allows us to direct each patient to the site best suited to his or her case, to ensure optimal care and the shortest possible waiting time.

**Hirslanden Clinique Bois-Cerf  
Urgences Orthopédiques**

Avenue d'Ouchy 31  
1006 Lausanne  
+41 21 619 60 00

[www.hirslanden.ch/urgences-orthopediques](http://www.hirslanden.ch/urgences-orthopediques)  
Ouvertes 7 jours sur 7, de 8h à 20h.

# LA COMBINAISON DES TRAITEMENTS, LA SOLUTION POUR LUTTER CONTRE LES DÉGÂTS DU TEMPS ?

AUJOURD'HUI UNE MULTITUDE DE SOINS ET DE TRAITEMENTS SONT PROPOSÉS: LASER PICOSECONDE, INJECTION TOXINE BOTULIQUE, INJECTION D'ACIDE HYALURONIQUE HYDRATANT OU VOLUMATEUR, INJECTION DE FACTEUR DE CROISSANCE PLAQUETTAIRE, RADIOFRÉQUENCE, CHIRURGIE POUR DIMINUER OU AUGMENTER LES VOLUMES...

-/ TODAY, A MULTITUDE OF TREATMENTS ARE AVAILABLE: PICOSECOND LASER, BOTULINUM TOXIN INJECTION, HYALURONIC ACID INJECTION, HYDRATING OR VOLUMIZING HYALURONIC ACID INJECTION, PLATELET GROWTH FACTOR INJECTION, RADIOFREQUENCY, SURGERY TO REDUCE OR INCREASE VOLUMES...



A chaque arrivée d'une nouvelle technique, elle nous est présentée comme révolutionnaire ou miraculeuse, promettant de régler l'ensemble des problèmes. Avec le recul, les résultats s'affinent et remettent en cause certaines indications. On procède donc à une adaptation des traitements déjà connus pour optimiser la complémentarité des nouveaux soins.

Après un examen clinique, il sera proposé à chaque patient un ou plusieurs traitements pour répondre au mieux à ses attentes. Le choix se fait selon plusieurs critères: les souhaits du patient, la vision du chirurgien, la ou les techniques disponibles. Pour des atteintes cutanées superficielles, le choix peut porter sur une association laser et acide hyaluronique, qui va avoir des résultats sur la qualité de la peau avec un raffermissement, une diminution des petites ridules et une hydratation. Pour les atteintes plutôt situées dans la partie supérieure du visage (front, rides du lion), nous pouvons opter pour des injections de toxine botulique combinées avec du laser.

Dans le cadre de la recherche de volume, les acides hyaluroniques sont privilégiés, dans celui de la chirurgie les injections de graisses autologues sont possibles. La chirurgie est à choisir pour les défauts plus marqués, avec le lifting cervico-facial ou la lipoaspiration. La palette des traitements est donc assez vaste, mais plus que de rechercher un remède miracle, c'est la combinaison de l'ensemble qui va permettre un résultat naturel et harmonieux sur la durée, en fonction de chaque patient et de chaque demande.

-/ Each time a new technique is introduced, it is described as revolutionary or miraculous, promising to solve all problems. With hindsight, the results become more refined and call into question certain indications. We are therefore adapting already known treatments to optimize the complementarity of the new ones.

After a clinical examination, each patient will be offered one or more treatments to best meet his or her expectations. The choice is made according to several criteria: the patient's wishes, the surgeon's vision, the available technique(s). For superficial skin damage, the choice can be made between a combination of laser and hyaluronic acid, which will have results on the quality of the skin with a firming, a reduction of fine lines and hydration. For injuries that are mostly located in the upper part of the face (forehead, frown lines), botulinum toxin injections combined with laser can be used.

In the context of volume research, hyaluronic acids are to be preferred, while in the context of surgery, autologous fat injections are possible. Surgery is to be chosen for more pronounced defects, with cervico-facial lifting or liposuction. The range of treatments is therefore quite vast, but rather than looking for a miracle cure, it is the combination of all of them that will allow a natural and harmonious result over time, according to each patient and each request.

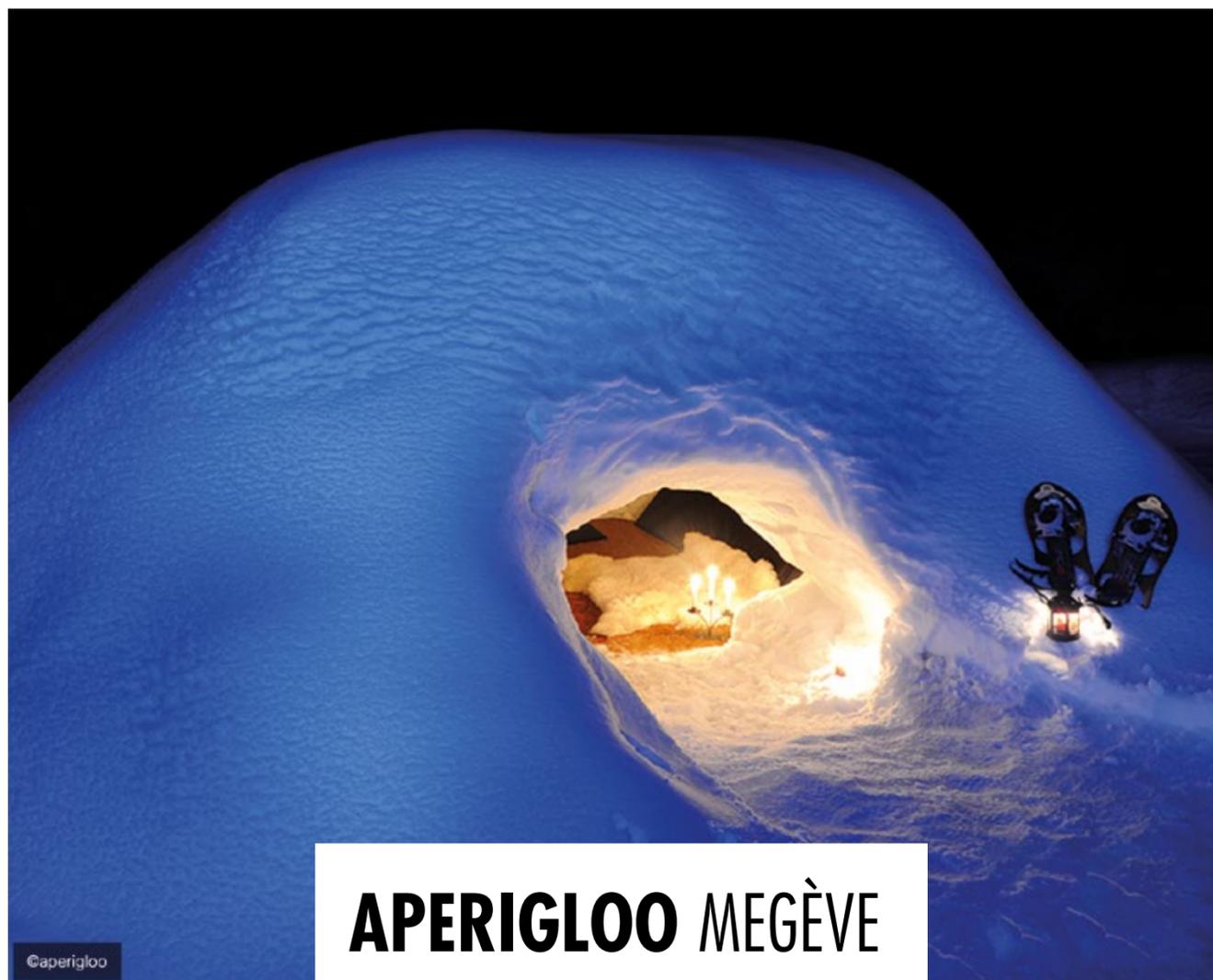
**Dr Bertrand Mercadier**  
Rue de la Paix 4, 1003 Lausanne  
+41 21 324 04 44  
[www.dr-mercadier.ch](http://www.dr-mercadier.ch)

# COTE MAGAZINE ESCAPE

APERIGLOO MEGÈVE



Richard and Elizabeth at sea off Villefranche-sur-Mer (1973).



# APERIGLOO MEGÈVE

©aperigloo

**VENEZ VIVRE UNE EXPÉRIENCE INOUBLIABLE ET INSOLITE, LAISSEZ-VOUS GUIDER RAQUETTES AUX PIEDS JUSQU'À L'IGLOO SECRET...**

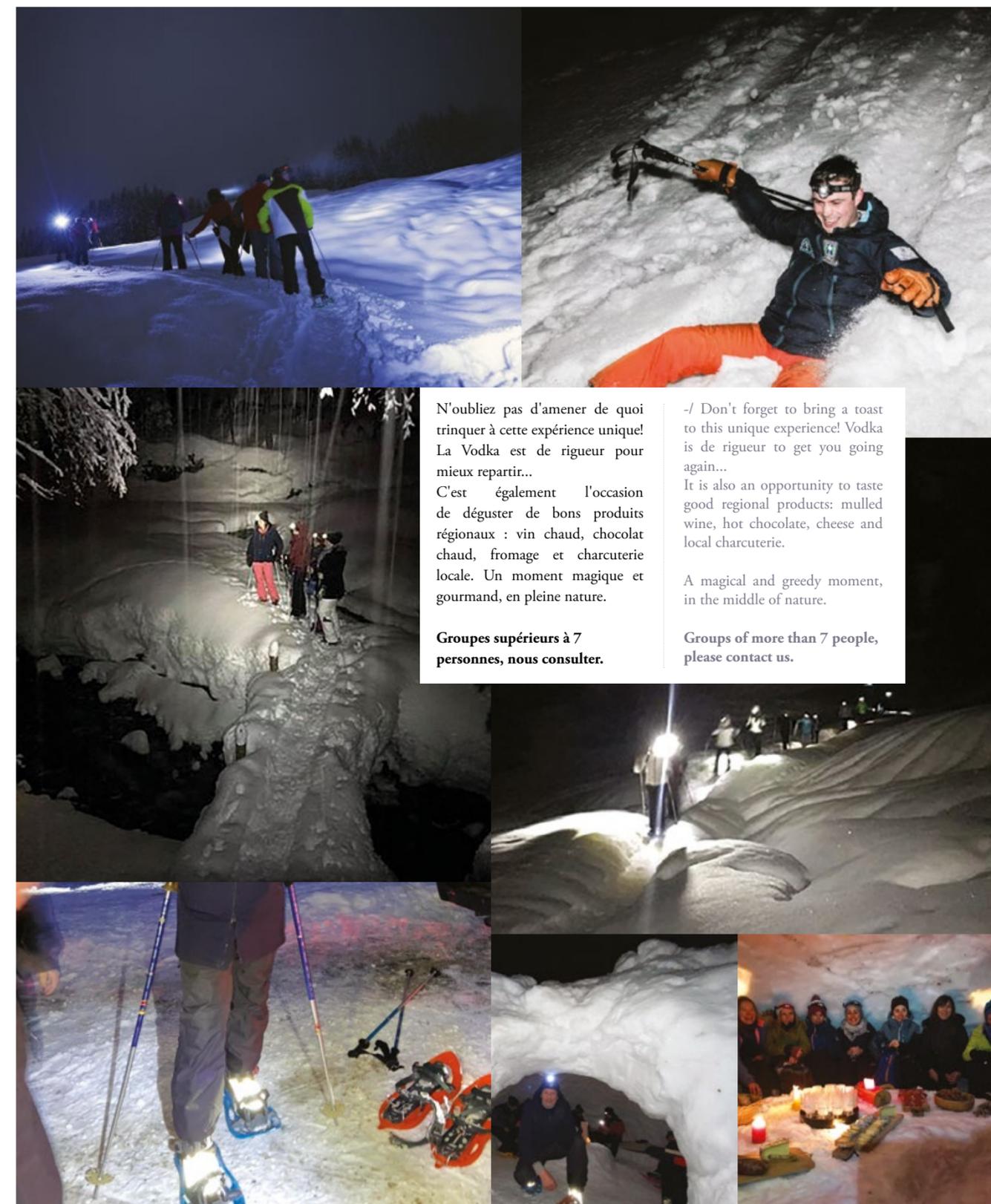
**-/ COME AND LIVE AN UNFORGETTABLE AND UNUSUAL EXPERIENCE, LET YOUR SNOWSHOES GUIDE YOU TO THE SECRET IGLOO...**

**Aperigloo Megeve**

914 route nationale - 74120 MEGEVE  
+ 33 (0)6 11 51 98 74  
aperigloomegeve@gmail.com

Découvrez les merveilles de la montagne en raquettes avec votre guide. Loin de la foule et des pistes de ski, admirez des panoramas à couper le souffle, des cascades de glace et les animaux de nos contrées. Au terme d'une agréable marche en raquettes, d'une heure et demi, à la tombée de la nuit, à travers forêts et alpages enneigés, vous découvrirez les formidables pouvoirs isolants de la neige en prenant place dans un igloo. C'est l'occasion de vous retrouver en famille ou entre amis dans un lieu extraordinaire.

-/ Discover the wonders of the mountains on snowshoes with your guide. Away from the crowds and the ski slopes, admire breathtaking panoramas, ice cascades and the animals of our region. At the end of a pleasant one and a half hour snowshoe walk at nightfall through snow-covered forests and mountain pastures, you will discover the tremendous insulating powers of snow by taking a seat in an igloo. This is an opportunity to meet up with family or friends in an extraordinary place.



N'oubliez pas d'amener de quoi trinquer à cette expérience unique! La Vodka est de rigueur pour mieux repartir... C'est également l'occasion de déguster de bons produits régionaux : vin chaud, chocolat chaud, fromage et charcuterie locale. Un moment magique et gourmand, en pleine nature.

**Groupes supérieurs à 7 personnes, nous consulter.**

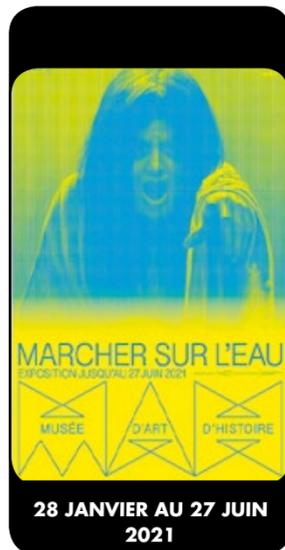
-/ Don't forget to bring a toast to this unique experience! Vodka is de rigueur to get you going again... It is also an opportunity to taste good regional products: mulled wine, hot chocolate, cheese and local charcuterie.

A magical and greedy moment, in the middle of nature.

**Groups of more than 7 people, please contact us.**

# Agendate! Agendate! Agendate!

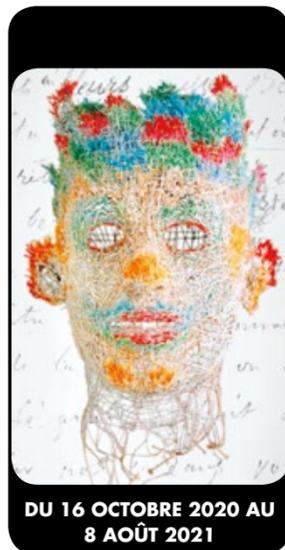
## Théâtre !



MARCHER SUR L'EAU  
EXPOSITION MUSÉE DU 27 JANVIER 2021

28 JANVIER AU 27 JUIN 2021

## Théâtre !



MASQUES ET THÉÂTRES  
EXPOSITION MUSÉE DU 16 OCTOBRE 2020 AU 8 AOÛT 2021

DU 16 OCTOBRE 2020 AU 8 AOÛT 2021

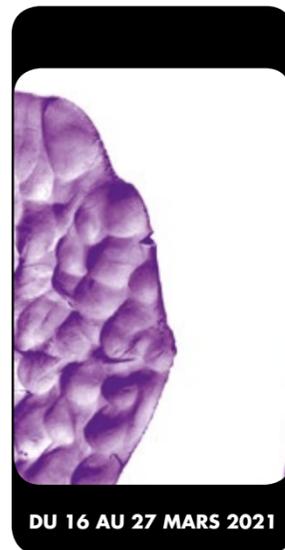
## Expo !



A PARTIR DU 1<sup>ER</sup> MARS

OUVERTURE DE BEL-AIR FINE ART LAUSANNE

## Festival !



DU 16 AU 27 MARS 2021

BANDE ORIGINALE

Le Musée d'art et d'histoire propose une exposition « Marcher sur l'eau », organisée par le célèbre artiste Jakob Lena Knebl. Celui-ci casse les codes en proposant une nouvelle interprétation des œuvres de sa collection. Dès l'entrée de l'exposition, vous ressentirez étonnement et fascination face au mélanges des genres et des approches.

-/ The meeting of Cécile Giroud and Yann Stotz, in 2010, gives birth to a unique modern music-hall 10 years later. Passionate about singing, music, burlesque and parody, they write together "Classe !", a hilarious show in which two outstanding artists showcase their many talents. It is through music and humor that they turn glamour into ridicule for our greatest pleasure!

L'exposition Masques et Théâtre révèle les trésors de la Fondation Martin Bodmer dans les domaines du théâtre et de l'Antiquité pour les faire dialoguer avec des masques créés par Werner Strub. Cette exposition interroge la relation entre le théâtre et le masque, vous transportant au cœur de la production théâtrale.

-/ Marc-Auguste Pictet, a Geneva scientist born in the 18th century, was dedicated to teaching physics through demonstration and experience. To this end, he created a cabinet of the best demonstration instruments that became one of the founding collections of the Academic Museum and the Museum of the History of Science. Let yourself be surprised by interactive devices and breathtaking science shows!

Dans un lumineux espace de 170 m<sup>2</sup>, François Chabanian et son équipe proposeront le meilleur de leur sélection d'artistes contemporains. On y retrouvera les œuvres des sculpteurs Jeff Koons, Richard Orlinski et Fred Allard, les pièces murales de Cédric Bouteiller, Isabelle Scheltjens et Patrick Hughes, ou encore les photographies de Cécile Plaisance, Joël Moens et Antoine Rose... Ouvert tous les jours de 11h à 19h sauf le dimanche.

-/ In a bright 170 m<sup>2</sup> space, François Chabanian and his team will offer the best of their selection of contemporary artists. -/ You will find the works of sculptors Jeff Koons, Richard Orlinski and Fred Allard, the murals of Cédric Bouteiller, Isabelle Scheltjens and Patrick Hughes, or photographs by Cécile Plaisance, Joël Moens and Antoine Rose... Open every day from 11am to 7pm except Sunday.

La Maison des arts du Grütli présente un ballet classique « Bande Originale », oeuvre sonore, agrémentée de tableaux vivants simples et saisissants. Sur scène, des humains qui ont pour rôle de sublimer l'œuvre musicale. Toute la représentation s'articule autour des moments anodins et inattendus de la vie.

-/ The Montreux Comedy Festival offers an exceptional laugh marathon! "Alex Ramires' Super Ball" will open the festivities, followed by "Fabien Olicard's cerebral orgasm" and the hilarious show "stand up in the rain" by Gérémy Crédeville and Guillermo Guiz. The closing gala will be hosted by Tom Villa and Maxime Gasteuil. Book your pass now for an unforgettable evening!

MUSÉE D'ART ET D'HISTOIRE  
RUE CHARLES-GALLAND 2  
1206 GENÈVE  
+41 (0)22 418 26 00  
WWW.INSTITUTIONS.VILLE-GENEVE.CH

FONDATION MARTIN BODMER  
ROUTE MARTIN-BODMER 19-21, 1223  
COLOGNY  
+41 22 707 44 36  
WWW.FONDATIONBODMER.CH

BEL-AIR FINE ART LAUSANNE  
RUE DU GRAND-CHÊNE 6  
(FACE AU LAUSANNE PALACE)  
1003 LAUSANNE  
+41 21 312 15 94  
WWW.BELAIRFINEART.COM

MAISON DES ARTS DU GRÜTLI  
RUE DU GÉNÉRAL-DUFOUR 16  
1204 GENÈVE  
+41 22 418 35 54  
WWW.GRUTLI.CH



# Pour La vie

Nous aidons les élèves à trouver leur place dans le monde en inspirant l'épanouissement individuel, l'excellence académique et la citoyenneté mondiale.

Nos programmes d'étude et nos activités extrascolaires sont enseignés par les meilleurs professeurs du monde entier. Nous offrons un parcours d'apprentissage personnalisé à chaque enfant.

En tant qu'école internationale suisse, nous fixons les normes les plus élevées dans tout ce que nous faisons. Nous obtenons des résultats exceptionnels, avec un taux de réussite de 98 % dans nos cinq programmes de diplôme.

Nous nous réjouissons d'accueillir votre enfant de 2 à 18 ans dans notre école internationale ou notre internat.

cdl.ch/fr



**COLLÈGE DU LÉMAN**  
École Internationale · Genève





Oleg Kaskiv



Nelson Goerner



International Menuhin Music Academy



## Concert Fondation Patiño, à fond les violons

**Ne nous méprenons pas : Ceci n'est pas un concert, mais une véritable institution de la vie culturelle genevoise, attendue et célébrée chaque année comme le retour du printemps.**

**-/ Make no mistake: This is not a concert, but a true institution of Geneva's cultural life, awaited and celebrated every year as the return of spring.**

Samedi 13 mars, 20h30, et en streaming direct sur Arte.tv et theviolinchannel.com.  
Sur Radio Espace 2 en différé.

En partenariat avec la célèbre International Menuhin Music Academy depuis 1984, la Fondation Simon I. Patiño propulse sur le devant de la scène -en l'occurrence celle du Victoria Hall- de jeunes musiciens prodiges, offrant une formidable vitrine à leur talent devant une foule toujours conquise. Un événement gratuit, où se presse un public souvent plus jeune, plus varié, sensiblement différent de celui que voient habituellement défiler les murs du Victoria Hall. Circonstances obligent, l'édition 2021 aura lieu sans public ce 13 mars à 20h30, mais sera toutefois retransmise sur Arte.tv et theviolinchannel.com en streaming direct et sur Espace 2, en différé. Accompagnées par le virtuose pianiste argentin Nelson Goerner, les 15 jeunes pousses de la Menuhin Academy - dont le directeur artistique actuel n'est autre que Renaud Capuçon depuis juillet 2019 - ouvriront les festivités avec des pièces de Mozart ou Vivaldi. Mais, comme à l'accoutumée, c'est la deuxième partie du concert qui en fait toute la particularité : place à l'Amérique latine, à ses sonorités joyeuses et colorées qui, inmanquablement, survolent l'atmosphère. Plus que jamais, Astor Piazzola sera mis à l'honneur, en cette année du centenaire de sa naissance. A tour de rôle, chaque musicien se fera soliste, permettant au public de découvrir les talents individuels qui composent touche à touche la toile musicale.

Créée à Genève en 1958 par les héritiers de l'industriel et immense mécène bolivien, la Fondation Simon I. Patiño a essentiellement pour but de contribuer au développement de la Bolivie via ses différents centres à travers le pays. Trois pôles sont privilégiés : la santé pédiatrique et la nutrition infantile, l'agriculture et l'écologie et enfin l'éducation, la pédagogie et la culture. En Suisse, la Fondation est connue en particulier pour les bourses universitaires qu'elle accorde chaque année à quelque 50 universitaires boliviens qui étudient à l'étranger, notamment une vingtaine à Genève ou Lausanne, mais aussi en Amérique latine ou en Europe. Depuis 2018, c'est Me Benoît Merkt, avocat, associé de l'Etude Lenz & Staehelin à Genève qui préside son Conseil de Fondation.

-/ In partnership with the famous International Menuhin Music Academy since 1984, the Simon I. Patiño Foundation brings young prodigious musicians to the forefront of the stage - namely the Victoria Hall's-, offering a wonderful showcase for their talent in front of an ever-conquered crowd. A free event, where the audience is often younger, more varied and significantly different from the one usually encountered at the Victoria Hall. Due to circumstances, the 2021 edition will take place without an audience on March 13 at 8:30 pm, but will nevertheless be broadcast on Arte.tv and theviolinchannel.com in live streaming and on Espace 2, off-line. Along with the virtuoso Argentinean pianist Nelson Goerner, the 15 young students of the Menuhin Academy - whose current artistic director is none other than Renaud Capuçon since July 2019 - will open the festivities with pieces by Mozart or Vivaldi. But, as usual, it is the second part of the concert that makes it so special: a place for Latin America, with its joyful and colorful sounds that inevitably boost the atmosphere. More than ever, Astor Piazzola will be honored in this centennial year of his birth. In turn, each musician will take turns as a soloist, allowing the audience to discover the individual talents that make up the musical web touch by touch.

Created in Geneva in 1958 by the heirs of the businessman and immense Bolivian patron, the Simon I. Foundation. Patiño's main goal is to contribute to the development of Bolivia through its various centers throughout the country. Three areas are emphasized: pediatric health and infant nutrition, agriculture and ecology, and finally education, pedagogy and culture. In Switzerland, the Foundation is known in particular for the university scholarships that it grants each year to some 50 Bolivian academics studying abroad, notably about twenty in Geneva or Lausanne, but also in Latin America or Europe. Since 2018, Mr. Benoît Merkt, attorney, partner of the law firm Lenz & Staehelin in Geneva, has been chairing the Foundation's Board of Trustees.

# THE VILLAGE

# LE FRENCH OUTLET\*

110 GRANDES MARQUES DE -30% À -70% TOUTE L'ANNÉE\*

BOSS HUGO BOSS | adidas | LACOSTE | PRADA | POLO RALPH LAUREN | NIKE | KARL LAGERFELD

FURLA | IRO | LANCEL PARIS | sandro PARIS | THE KOOPLES PARIS | Bonpoint

maje | fusalp | Levi's | RITUALS | Galeries Lafayette L'OUTLET | ba&sh...

**L'outlet premium et luxe le plus proche de Genève**  
**AUTOROUTE A43 SORTIE 6 VILLEFONTAINE - FRANCE**  
[www.thevillageoutlet.com](http://www.thevillageoutlet.com)

\*Le village de marques français. \*Remise sur prix de vente conseillé



Genève Family, 2020 - acrylique sur toile - oeuvre originale, pièce unique

## M. CHAT

Chat perché sur les toits de Paris, Chat orange qui tout le temps sourit, Chat bien plus qu'un simple graffiti.

-/ A cat on Paris' rooftops, an orange cat that smiles all the time, a cat that is more than just a graffiti.

Bel-Air Fine Art  
Rue de la Corratèrie 7, 1204 Genève  
+41 22 310 16 67  
www.belairfineart.com

M. CHAT est une création graphique, la marque de fabrique de l'artiste franco-suisse Thoma Vuille qui, depuis 1997, tapisse les murs avec son félin au sourire béant. Après Paris, New-York, Hong-Kong et plusieurs pays européens, c'est en Suisse que ce chat jaune a décidé d'afficher son grand sourire énigmatique, et plus particulièrement à Genève, ville qui a inspiré à l'artiste une série inédite d'oeuvres originales. C'est pour ainsi dire un retour au pays pour cet artiste né en 1972 dans le Canton de Neuchâtel. M. Chat est un étendard urbain de joie et d'optimisme, recouvrant le métro ou un mur dans la rue et s'adressant directement aux passants. L'artiste l'a pensé dans une démarche de street art, de culture de quartier et de proximité. « Le cadre de mon travail est la ville, ses rues, ses murs, et le regard de ceux qui l'habitent. Je cherche à créer des supports à la narration de la ville pour ses habitants, participant à la naissance et à l'échange d'une culture de proximité. »

-/ M. CHAT is a graphic creation, the trademark of Franco-Swiss artist Thoma Vuille who, since 1997, has been painting his feline with a gaping smile on the walls. After Paris, New-York, Hong-Kong and several European countries, this yellow cat is now showing his enigmatic big smile in Switzerland, in Geneva more specifically, a city that has inspired a series of original works by the artist. It is, so to speak, a homecoming for this painter born in 1972 in the Canton of Neuchâtel. Mr. Chat is an urban banner of joy and optimism, covering the metro or a wall in the street and addressing passers-by directly. The artist designed it with a street art, neighborhood culture and proximity in mind. "The framework of my work is the city, its streets, its walls, and the eyes of those who live there. I seek to create supports to the city's narrative for its inhabitants, participating in the birth and exchange of a culture of proximity. »



Sarah Chiche and Charlotte Casiraghi. Photo Alix Marnat. © 2021 CHANEL

## CHANEL, les rendez-vous littéraires rue Cambon

« Une même femme peut en cacher mille autres » écrit l'écrivaine Sarah Chiche en préambule de ce premier Rendez-vous littéraire rue Cambon.

-/ "One woman can hide a thousand others," wrote the author Sarah Chiche in the preface to this first Rendez-vous littéraire rue Cambon.

#CHANELRendezvousLitteraires  
pr.chanel.com/literaryrendezvousatruerueCambon/index.php

Imaginé par Virginie Viard, Directrice Artistique des collections Mode et Charlotte Casiraghi, ambassadrice et porte-parole de CHANEL, autour du thème de l'émancipation, ces Rendez-vous perpétuent la tradition littéraire de la Maison initiée par Gabrielle Chanel et poursuivie par Karl Lagerfeld, en faisant redécouvrir des écrivaines du patrimoine et en donnant la parole à des autrices d'aujourd'hui. Cette rencontre entre Charlotte Casiraghi et Sarah Chiche inaugure une série d'événements littéraires. A découvrir sur la plateforme digitale, ce premier rendez-vous au cours duquel Charlotte Casiraghi et l'écrivaine française Sarah Chiche sont interrogées par l'historienne de la littérature Fanny Arama sur Lou Andreas-Salomé, écrivaine et psychanalyste (1861-1937).

-/ Dedicated to the figure of Lou Andreas-Salomé and held in the new CHANEL Haute Couture Salons at 31 rue Cambon, redecorated by Parisian interior designer, Jacques Grange, this encounter between Charlotte Casiraghi and Sarah Chiche marks the inauguration of a series of literary events. Devised by Virginie Viard, Artistic Director of Fashion collections and Charlotte Casiraghi, CHANEL ambassador and spokesperson, around the theme of emancipation, these Rendezvous perpetuate the literary tradition of the House initiated by Gabrielle Chanel and continued by Karl Lagerfeld, rediscovering women writers from the past and giving a voice to women authors of today. To be discovered on the digital platform, this first meeting during which Charlotte Casiraghi and the French writer Sarah Chiche are questioned by the historian of literature Fanny Arama on Lou Andreas-Salomé, writer and psychoanalyst (1861-1937).

# SYMÉTRIE PARFAITE



NOUVEAUX ALFA ROMEO **STELVIO** ET **GIULIA VELOCE Ti**.  
PURE SPORTIVITÉ. PURE ÉLÉGANCE. ENSEMBLE.

Contactez votre concessionnaire Alfa Romeo pour plus d'informations.



Élu par les lecteurs Suisses

*La meccanica delle emozioni*



MotorVillage  
GENÈVE

FCA Motor Village Switzerland

Chemin du Grand-Puits 26, 1217 Meyrin, Tél. 022 338 39 00, www.motorvillage.ch



## Un pressing nommé Burberry

On le sait peu, et pourtant c'est une information qui peut s'avérer pratique : Burberry propose en effet de jouer le rôle de pressing pour vos délicats trench coats.

-/ Little is known about it, and yet it's information that can come in handy: Burberry offers to act as a dry cleaner for your delicate trench coats.

**Burberry**  
Rue Robert-Céard 8, 1204 Genève  
022 311 34 25  
ch.burberry.com

Qu'ils soient classiques ou branchés, avec ou sans empiècement en cuir, courts ou longs, Burberry prend soin de tous les trench coats au fil d'un service à connaître.

Pour la modique somme de 45 CHF, dans un délai de moins d'une semaine, la griffe anglaise se métamorphose en pressing. Il suffit de déposer son trench à la boutique pour le retrouver flambant neuf, sans risque d'une éventuelle maladresse du pressing du coin de la rue.

-/ Whether classic or trendy, with or without leather inserts, short or long, Burberry takes care of all trench coats through a service that is worth knowing. For only 45 CHF, within less than a week, the English brand will turn into a dry cleaner. Just drop off your trench coat at the store to find it brand new, avoiding the potentially clumsy local dry cleaners.



## Gucci Genève relooké

Entièrement rénové, le magasin s'étend sur 500 m<sup>2</sup> répartis sur trois étages et abrite la gamme complète de la Maison, du prêt-à-porter masculin et féminin aux sacs à main, bagages, petite maroquinerie, chaussures, bijoux et montres, en passant par la soie et les lunettes.

-/ Gucci is pleased to announce the opening of its fully renovated store in Geneva, Switzerland. The store spans over 500 square meters across three floors and houses a full array of Gucci's products, from men's and women's ready-to-wear, to handbags, luggage, small leather goods, shoes, jewelry and watches, silks and eyewear.

**Gucci Geneva**  
92 Rue du Rhône,  
1204 Genève, Switzerland

Une décoration qui invite les clients à se sentir à l'aise, avec des éléments cosy, des canapés et des chaises en velours, ainsi que des meubles en bois foncé d'époque et un élégant escalier en bois. Les opposés tissent un nouveau lien, les tables en bois avec des plateaux en velours et le parquet en bois à chevrons du rez-de-chaussée, peint à la main par des artisans italiens, complètent la boiserie tapissée de velours. Dans tout le magasin, on trouve des sièges somptueux, tandis que des tapis anciens sont superposés pour un effet texturé. En accord avec l'éclectisme élégant et contemporain qui caractérise les collections Gucci, le concept joue entre tradition et modernité, industriel et romantique. Comme un "cabinet de curiosités", créé pour accueillir, séduire et inspirer.

-/ With a look that invites customers to feel welcome and relaxed, the interior design is discreet. Soft elements like velvet sofas and chairs, as well as vintage dark wood display furniture and the elegant wooden staircase, offset harder surfaces and industrial elements, such as rivets. Opposites forge a new connection, the wooden tables with velvet tops and the herringbone wood flooring -hand-painted by Italian artisans on the ground floor- complement the camel velvet-upholstered boiserie. Throughout the store, one finds sumptuous seats, while vintage rugs are layered over each other for a textured effect. In keeping with the elegant and contemporary eclecticism that characterises Gucci's collections, the store sees the combination of traditional and modern, industrial and romantic. Each Gucci boutique is therefore a "cabinet of curiosities", created to delight and inspire.



  
**D I V A N**  
 L U X U R Y G O O D S  
 FINE WATCHMAKING  
 &  
 CONTEMPORARY ART  
 49, RUE DU RHÔNE  
 1204 GENÈVE  
 1ST FLOOR  
 DIVANLUXURYGOODS.COM  
 +41 22 400 08 08  






## WOODSKINE, Une histoire de femme



Les sacs à main WOODSKINE sont des œuvres d'art contemporaines et audacieuses, que les femmes portent en signe de courage, liberté et d'indépendance.

-/ WOODSKINE handbags are bold, contemporary works of art which women wear as a sign of courage, freedom and independence.

WOODSKINE  
www.woodskine.com

Inspiré par les femmes pionnières de leur époque, chaque pièce WOODSKINE possède sa propre voix. Minimaliste, intemporel et raffiné, chaque sac à l'esthétique structurée, est une pièce unique confectionnée à la main en Espagne par les plus grands maîtres maroquiniers. En se fournissant de cuir haut de gamme dans les tanneries spécialisées à Igualada, en Espagne, et en assurant une fabrication artisanale de chaque modèle, WOODSKINE garantit un produit fini d'une qualité maximale. Fondée par Miriam Alaix, architecte et designer Suisse et Espagnole, WOODSKINE apporte une perspective structurée unique. Née à Barcelone, Miriam a grandi à Genève. Son vif intérêt pour l'art, l'environnement, les valeurs telles que la liberté font d'elle une entrepreneuse sensible et créative derrière sa marque de qualité qu'elle co-dirige avec son partenaire Laurent Ayer.

### Collections

**Ella Maillart** (1903-1997) passa son temps à voyager de la Russie à la Chine en quête de vérité et de spiritualité. Sportive à succès, voyageuse, aventurière, elle est désormais une source d'inspiration pour de nombreuses femmes.

**Iris von Roten** (1917-1990), pionnière, avocate, juriste et écrivaine, fût confrontée à l'inégalité entre les hommes et les femmes. En 1958, elle publia "Frauen im Laufgitter" (Femmes en cage). En réclamant l'égalité des chances, des droits et des salaires entre les hommes et les femmes, allant jusqu'à prôner l'amour libre, elle s'est battue pour vivre de façon indépendante.

**Marthe Gosteli** (1917-2017) milita en faveur du droit de vote des femmes une grande partie de sa vie. Ce n'est qu'en 1971 que la Suisse accorda le droit de vote aux femmes. Elle créa la Fondation Marthe Gosteli en 1982.

-/ Inspired by the pioneering women of their time, each WOODSKINE piece has its own voice. Minimalist, timeless and refined, each handbag with its structural aesthetics is unique, handmade in Spain by the greatest leather goods masters. By sourcing high-end leather from specialized tanneries in Igualada, Spain, and by ensuring a handcrafted production of each model, WOODSKINE guarantees a finished product of the highest quality. Founded by Miriam Alaix, a Swiss and Spanish architect and designer, WOODSKINE brings a unique structural perspective. Born in Barcelona, Miriam grew up in Geneva; her keen interest in art, environment, values such as freedom make her a sensitive and creative entrepreneur behind her quality brand that she co-manages with her partner Laurent Ayer.

### Collections

**Ella Maillart** (1903-1997) spent her time traveling from Russia to China in search of truth and spirituality. A successful sportswoman, traveller and adventurer, she is now a source of inspiration for many women.

**Iris von Roten** (1917-1990) - A pioneer lawyer, jurist and writer, Iris von Roten was confronted with the inequality between men and women. In 1958 she published "Frauen im Laufgitter" (Women in Cages). Claiming equal opportunities, rights and wages, even advocating free love, she fought for independence.

**Marthe Gosteli** (1917-2017) campaigned for women's right to vote for a large part of her life. It was not until 1971 that Switzerland granted women the right to vote. She created the Marthe Gosteli Foundation in 1982.



NOTRE SAVOIR-FAIRE  
DE HAUTE QUALITÉ  
POUR DES INTÉRIEURS  
CONTEMPORAINS  
CRÉÉS SUR MESURE.

INTE-  
RIORS &  
MANU-  
FACTURE  
**GALLI**

ARCHITECTURE & DÉCORATION D'INTÉRIEUR  
PLACE DU BOURG-DE-FOUR 9 | GENÈVE  
WWW.GALLI-DECO.CH



## Clinique La Prairie La révolution épigénétique en marche

En collaboration avec Genknowme, une entreprise innovante fondée en 2019 et active dans le domaine des sciences de la vie, la Clinique La Prairie offre désormais la possibilité de procéder à un test épigénétique.

-/ In partnership with Genknowme, an innovative company founded in 2019 and active in the field of life sciences, Clinique La Prairie now offers the possibility of performing epigenetic testing.

Clinique La Prairie  
Rue du Lac 142, 1815 Clarens  
+41 21 989 33 11  
cliniquelaprairie.com

Chaque cellule de notre corps contient la même information génétique, un code complet et unique qui constitue l'individu. Ce qui différencie une cellule du cerveau d'une cellule du foie, ou de toute autre cellule, est l'activation ou non de gènes spécifiques. La science qui étudie les mécanismes de régulation qui activent et désactivent les gènes se nomme l'épigénétique.

Lorsque nous vieillissons ou tombons malades, notre corps réagit aux modifications épigénétiques. De même, notre environnement et notre mode de vie ont un impact sur la façon dont nos gènes se développent pour s'adapter à leur environnement.

L'épigénétique est le lien entre la nature - notre patrimoine génétique - et nos choix de vie - la façon dont nous bâtissons sur ce patrimoine chaque jour. Des recherches récentes ont démontré que l'âge biologique, basé sur des marqueurs épigénétiques, est un prédicteur très fiable de la longévité et des effets délétères du vieillissement tels que les maladies chroniques et le déclin cognitif. Plus important encore, il a été démontré qu'en **actionnant les bons leviers, l'âge biologique peut être réduit et les altérations épigénétiques inversées.**

-/ Every single cell in our body encloses the same genetic information, a complete and unique blueprint that builds the individual. What differentiates a brain cell from a liver cell, or any other cell, is the activation and inactivation of specific genes. The science investigating the regulatory mechanisms that switch genes on and off is called epigenetics.

When we grow old or get sick, our bodies respond to epigenetic changes. Similarly, our environment and lifestyle affect how our genes adapt to their environment.

Epigenetics is the link between nature – our genetic heritage – and nurture – how we build on this heritage every day. Recent research demonstrated that biological age, based on epigenetic markers, is a promising predictor of longevity and deleterious effects of aging such as chronic diseases and cognitive decline. Most importantly, it has been shown that **when triggering the right levers, biological age can be reduced, and impaired epigenetics can be reversed.**



L'épigénétique suscite donc un intérêt considérable en matière de médecine préventive. Identifier les habitudes modifiables ayant un impact spécifique sur un individu peut aider à déclencher le changement de mode de vie le plus approprié pour une vie meilleure, plus saine et plus longue.

Les tests épigénétiques effectués à la Clinique La Prairie offrent une nouvelle lecture unique de l'ADN : ils l'analyse pour calculer l'âge biologique de la personne (par opposition à l'âge chronologique). Cette information sans précédent permet de savoir à quelle vitesse le corps vieillit du fait du mode de vie choisi. En outre, l'évaluation épigénétique mesure quels impacts sont significatifs pour la personne (nutrition, sommeil, exercice, fumée, etc), en leur permettant d'agir de façon réversible et positive sur leurs gènes.

Grâce à ces connaissances de pointe, les spécialistes médicaux de la Clinique La Prairie pourront aider leurs clients à adopter et à maintenir un mode de vie sain, en mettant en place un plan sur mesure, pour un impact profond sur la santé et le bien-être.

Le test épigénétique et la consultation avec l'expert médical se font sur rendez-vous auprès du centre médical.



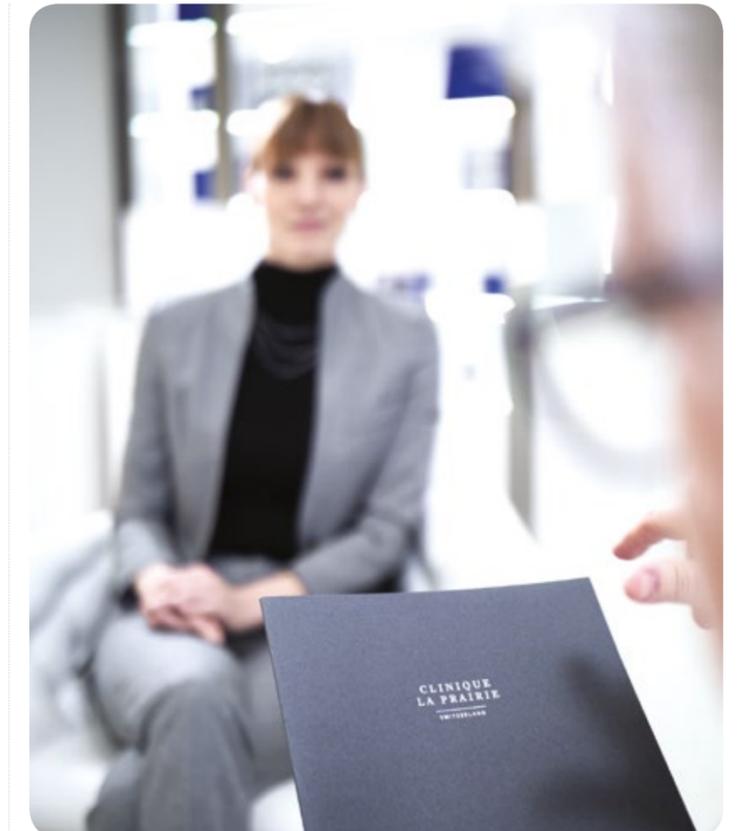
-/ There is therefore a tremendous interest in epigenetics for preventive medicine. Identifying which modifiable habit is specifically impacting an individual can help trigger the best lifestyle change for a better, healthier and longer life.

The epigenetic tests performed at Clinique La Prairie offer a new and unique reading of DNA: they're used to calculate a person's biological age (as opposed to chronological age). This unprecedented information makes it possible to know how quickly the body ages due to the lifestyle chosen.

In addition, epigenetic evaluation measures which impacts are significant for the person (nutrition, sleep, exercise, smoke, etc.), allowing them to act reversibly and positively on their genes.

With this cutting-edge knowledge, Clinique La Prairie's medical specialists will be able to help their clients adopt and maintain a healthy lifestyle, by implementing a customized plan for a profound impact on health and well-being.

Epigenetic testing and consultation with the medical expert are performed by appointment at the medical center.



## CHADO

### Première marque de maquillage-soin Suisse

**CHADO, une marque de maquillage-soin, conceptualisée en Suisse, à Genève, spécialisée dans le soin et le maquillage des sourcils est née de la conviction que le regard est le reflet de l'âme, et que les sourcils doivent le sublimer afin de donner de l'équilibre au visage.**

-/ CHADO, a make-up and care brand designed in Geneva and specialized in eyebrow care and make-up, was born from the conviction that the eyes are the reflection of the soul, and that the eyebrows must sublimate it.

CHADO  
Rue Neuve-du-Molard, 16 - Genève  
@chado.cosmetics // facebook.com/chadosarl  
chado-cosmetics.com



Le 14 décembre dernier, CHADO a ouvert son espace au coeur de Genève. Les gammes complètes de cosmétiques, les best-sellers qui font le succès de CHADO y sont présentés mais aussi les grands classiques dédiés aux sourcils.

En prime, une nouveauté : Un Spa entièrement dédié au regard avec des soins ultra ciblés. Ici, CHADO prend soin de la peau et surtout de la zone délicate du contour des yeux.

Grâce à des techniques de stimulation et de rajeunissement, séance après séance, la production de collagène et d'élastine est relancée, l'ovale du visage redessiné. Naturellement. On adore !

-/ On December 14th, CHADO opened its space in the heart of Geneva. The complete range of cosmetics, the best-sellers that make CHADO's success are offered there, but also the greatest eyebrow classics.

As a bonus, a new feature: a Spa entirely dedicated to the eyes with ultra-targeted treatments. Here, CHADO takes care of the skin and especially the delicate area around the eyes.

Thanks to stimulation and rejuvenation techniques, session after session, the production of collagen and elastin is boosted and the oval of the face is redesigned. Naturally.

We love it!



#### Sylvia Rossel Fondatrice

C'est en 2016 que Sylvia Rossel fonde la marque, la baptisant Chado en hommage à sa fille, dont c'est la contraction des deux prénoms (Charlotte-Dolores). « Je voulais prendre soin de vous, de nous, et vous accompagner au quotidien dans vos routines beauté, uniquement avec l'indispensable. J'aime la simplicité et mes créations vont à l'essentiel, des gestes faciles, des odeurs chaudes et rassurantes, des ingrédients naturels pour une beauté en toute sincérité. » nous confie-t-elle.

-/ In 2016, Sylvia Rossel founded the brand, christening it Chado after her daughter, whose two first names she combined (Charlotte-Dolores).

"I wanted to take care of you, of us, and assist you every day in your beauty routines, but only with essentials. I like simplicity and my creations focus on basics, simple gestures, warm and reassuring smells, natural ingredients for a sincerely beautiful look. "She confides to us.



**CHADO entame sa quatrième année sur les marchés européens et asiatiques, et a conquis plus de 18 pays et 250 points de vente.** La marque est désormais présente au Danemark, en Allemagne, au Portugal, en Italie, en Suisse, en France, en Angleterre, en Arménie, dans les pays Baltes, en Ukraine, en Russie, en Biélorussie etc...

-/ CHADO is entering its fourth year on the European and Asian markets, and has already conquered more than 18 countries and 250 points of sale. The brand is now notably present in Denmark, Germany, Portugal, Italy, Switzerland, France, England, Armenia, the Baltic countries, Ukraine, Russia, Belarus, etc.

## L'instant CLARINS

**Clarins a la solution pour toutes les peaux sensibles davantage sollicitées avec le port du masque.**

-/ Clarins has the solution for all those sensitive skins put under greater strain by wearing a mask.

La sensibilité de la peau n'est pas un phénomène marginal : plus de la moitié des femmes déclarent en subir les effets ! Sporadique ou durable, elle se traduit aussi bien par des signes invisibles comme les picotements, les tiraillements... que par des signes manifestes comme les rougeurs diffuses ou localisées. Fragilisées, délicates, soumises au stress, ces peaux réactives demandent un soin adapté.

-/ Skin sensitivity is not a marginal phenomenon: more than half of women report experiencing its effects! Sporadic or long-lasting, it can be seen in invisible signs such as tingling, tightness... as well as in visible signs such as diffuse or localized redness. Weakened, delicate, and subject to stress, these reactive skins require appropriate care.

Complice des femmes depuis plus de 65 ans, Clarins lance CALM-ESSENTIEL, une nouvelle gamme de soins d'une exceptionnelle affinité avec la peau, bénéficiant de formules de 95% d'origine naturelle.

-/ Clarins has been a partner to women for over 65 years, and is now launching CALM-ESSENTIEL, a new skin care range offering an exceptional affinity with the skin, thanks to 95% natural-origin formulas.

**Le secret de cette formule unique ?** Une molécule purifiée, le sclaréolide, issue des fleurs et des feuilles de la sauge sclarée qui permet d'apaiser et de protéger la peau. Connue depuis des siècles pour ses vertus bienfaisantes et apaisantes, la sauge sclarée était considérée par les Romains comme une herbe divine et une « plante du bien-être ». Pour compléter l'action apaisante de la sauge sclarée et cibler plus particulièrement les méfaits de la pollution sur la peau sensible, la Recherche Clarins a associé au sclaréolide l'extrait de marrube blanc bio – issu de son célèbre Complexe Anti-Pollution dont la première génération fête cette année le 30ème anniversaire de sa mise au point. Pour répondre aux attentes de toutes les peaux sensibles, CALM-ESSENTIEL propose 3 soins :

1. L'Emulsion apaisante
2. L'Huile restructurante
3. Le Gel anti-rougeurs

-/ The secret of this unique formula? A purified molecule, sclareolide, derived from the flowers and leaves of clary sage, which soothes and protects the skin. Known for centuries for its beneficial and soothing virtues, clary sage was considered by the Romans as a divine herb and a "plant of well-being". To complete the soothing action of Clary Sage and target more specifically the harmful effects of pollution on sensitive skin, Clarins Research has combined Clary Sage with Organic White Marrub extract - from its famous Anti-Pollution Complex, the first generation of which celebrates its 30th anniversary this year. To meet the expectations of all sensitive skin types, CALM-ESSENTIEL offers 3 skin care products:

1. The Soothing Emulsion
2. The Restructuring Oil
3. The Anti-Redness Gel



CLARINS



## Beauté en barre

**Skinnies conçoit des produits de protection solaire et de soins bénéfiques non seulement pour la peau, mais aussi pour la nature.**

-/ Skinnies develops sun protection and care products that are beneficial not only to the skin, but also to nature.

[www.skinnies.ch](http://www.skinnies.ch)

Avec ses barres nettoyantes anti-acné et celles pour le corps, Skinnies franchit une étape supplémentaire en élargissant sa gamme de produits avec des savons naturels. Les produits sont conçus de manière durable en quatre segments, ce qui permet de séparer et d'emporter uniquement la quantité dont on a besoin, tandis que le reste se stocke dans l'emballage pratique et compostable. Ces produits nettoyants, fabriqués en Nouvelle-Zélande avec des ingrédients naturels, sont antibactériens grâce à l'ajout de totarol. Ce principe actif est extrait des ifs de Nouvelle-Zélande et contient un agent antimicrobien qui maintient la peau fraîche et propre. Les Body Bars peuvent être utilisées pour tout le corps et conviennent à tous les types de peaux grâce à leurs ingrédients végétaux.

-/ With its acne and body cleansing bars, Skinnies takes it one step further by expanding its product line with natural soaps. The products are sustainably designed in four segments, allowing only the amount needed to be separated and taken away, while the rest is stored in the practical, compostable packaging. These cleaning products, made in New Zealand with natural ingredients, are antibacterial thanks to the addition of totarol. This active ingredient is extracted from New Zealand yews and contains an antimicrobial agent that keeps the skin fresh and clean. The Body Bars can be used for the whole body and are suitable for all skin types thanks to their herbal ingredients.



## On se bouge à la maison !

**La forme physique contribue à un mode de vie plus heureux et plus sain ainsi qu'à une transformation mentale et physique positive.**

-/ Fitness is part of a happier, healthier lifestyle and contributes to positive mental and physical transformation. An autumn line of organic products.

[www.velocity-live.com](http://www.velocity-live.com)  
Instagram: @velocity\_live

Velocity, qui exploite des salles de fitness à Zurich et à Zug, propose des cours en ligne, pour vivre l'expérience d'un nouveau concept de remise en forme utilisant la technologie la plus innovante. L'offre Velocity Live comprend des cours de yoga, du cyclisme ou encore des entraînements HIIT. Pas moins de 100 entraînements à la demande, qui peuvent être diffusés en direct. Un programme sportif à la maison entièrement personnalisable grâce à de multiples choix paramétrables. Pour encadrer les clients, des instructeurs de haut niveau, et des concepts d'entraînement les plus variés. Formule d'essai Velocity Live, 10 jours d'essai gratuit sans engagement. L'abonnement peut être résilié à tout moment sans justificatif.

-/ Velocity, which operates fitness centers in Zurich and Zug, offers online courses to experience a new fitness concept using the most innovative technology. The Velocity Live offer includes yoga classes, cycling and HIIT training. No less than 100 on-demand workouts can be broadcast live. A fully customizable at-home sports program thanks to multiple selectable settings. Clients are supported by top instructors offering a wide variety of training concepts. Velocity Live Trial Package, 10 Day No-Obligation Trial Period. Subscription is cancellable at any time without stating any reason.

# GET FIT AT HOME!



## REMONTEZ VOTRE NIVEAU D'ÉNERGIE AU MAXIMUM!

C'est le moment de vous offrir un printemps au top de votre bien-être, grâce au coaching sur mesure de 372. Contactez-nous pour profiter d'une séance d'essai offerte !

## WIND UP YOUR ENERGY LEVEL TO THE MAX!

It's time to offer you a spring at the height of your well-being, thanks to 372's tailor-made coaching. Contact us to take advantage of a free trial session !



## Pixi

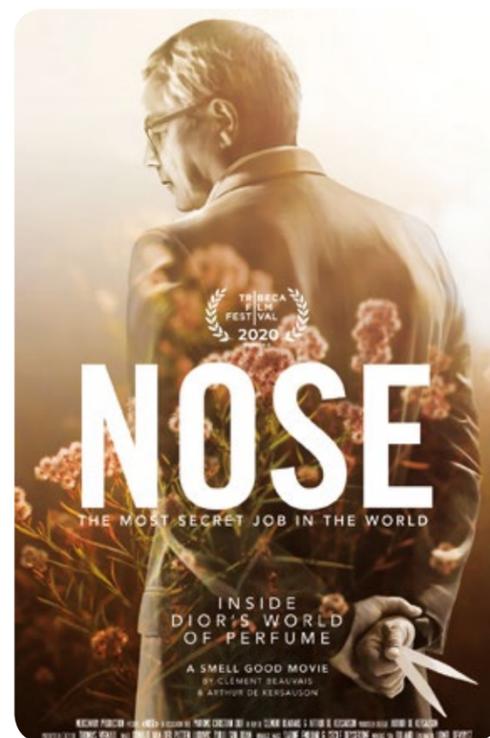
Lancement collection 2021 Pixi Pretties

-/ Launch of the 2021 Pixi Pretties collection

[www.pixibeauty.co.uk](http://www.pixibeauty.co.uk)  
[www.marionnaud.ch](http://www.marionnaud.ch)

Pixi présente une irrésistible collection de palettes multi-usage co-créée par quatre expertes issues de l'industrie de la beauté : Denise, Louise Roe, Promise et Tina Yong. Cette collection inclut la palette d'éclat Mind Your Own Glow avec 9 ombres universelles, la Cream Rouge Palette pour les lèvres et les joues, la Shapeshifter Palette de contouring avec 9 nuances et la palette d'ombre à paupière Tones & Textures comportant 25 teintes. Une collaboration aussi glamour que responsable, puisque la composition des produits est végétalienne et sans parabens.

-/ Pixi introduces an irresistible collection of multi-purpose palettes co-created by four beauty industry experts: Denise, Louise Roe, Promise and Tina Yong. The collection includes the Mind Your Own Glow Palette with 9 universal shadows, the Cream Rouge Palette for lips and cheeks, the Shapeshifter Contouring Palette featuring 9 shades and the Tones & Textures Eye Shadow Palette offering 25 shades. A collaboration that is as glamorous as it is responsible, since all the ingredients are vegan and paraben-free.



## NOSE, The Most Secret Job In The World

De la plantation au rayon, en passant par la récolte et la création, le documentaire NOSE dévoile chaque étape de la réalisation d'un parfum.

-/ From the plantation to the shelf, through the harvest and the creation, the documentary NOSE unveils each step in the creation of a perfume.

disponible en VOD sur Amazon Prime Video et d'autres plateformes.

Quelles sont les étapes de la création d'un parfum Dior ? D'où proviennent les matières premières ? Comment sont-elles cultivées ? Pendant deux ans, les réalisateurs Arthur de Kersauson et Clément Beauvais ont suivi François Demachy, parfumeur-créateur Dior, pour lever le voile sur le milieu fascinant et mystérieux du parfum.

-/ What are the steps involved in creating a Dior perfume? Where do the raw materials come from? How are they cultivated? For two years, directors Arthur de Kersauson and Clément Beauvais followed François Demachy, Dior's perfumer-creator, to lift the veil on the fascinating and mysterious world of perfume.

**ALLAMAN**  
C.Cial Littoral Centre  
021 807 42 38

**BULLE**  
Grand Rue 36  
026 913 13 16

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

**CRISSIER**  
C.Cial Leman Centre  
021 635 33 67

**FRIBOURG**  
Boulevard Perolles, 5  
026 322 76 78

**GENEVE**  
Route de Florissant, 62  
022 347 45 40

Rue du Marché, 18  
022 312 12 25

C.Cial Ballexert - Av Louis Casai, 27  
022 796 00 53

**LAUSANNE**  
Place Chauderon, 16  
021 311 27 33

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

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

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

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

**MORGES**  
Grande Rue, 8  
021 802 30 68

**NYON**  
C.Cial La Combe  
022 361 89 74

**PAYERNE**  
C.Cial Coop  
026 662 11 26

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

**SIGNY**  
C.Cial Signy Centre  
022 363 03 93

**VERSOIX**  
Rampe de la Gare, 2  
022 755 11 41

**VESENAZ**  
Route d'Hermance, 10  
022 752 05 15

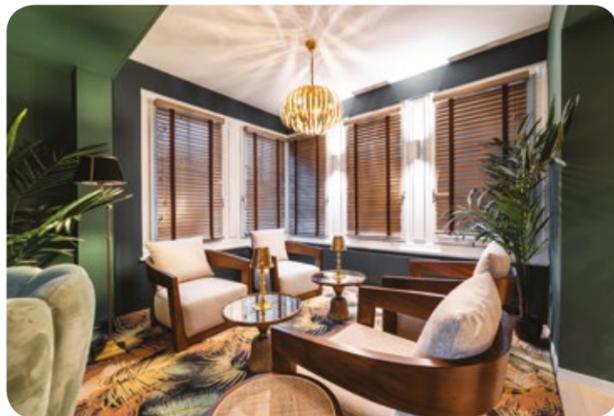
**VEVEY**  
C.Cial St Antoine  
021 923 64 46



[www.jeanlouisdavid.com](http://www.jeanlouisdavid.com)



Jean  
Louis  
David



## Le nouveau « Vallon »

Faisant partie de l'escarcelle du Group m3, qui dispose désormais d'un pôle restauration, m3 Restaurants, Le Vallon rouvre ses portes après une longue période de travaux.

-/ As part of the Group m3, which now has a catering division, m3 Restaurants, Le Vallon is reopening its doors after lengthy renovation work.

Le Vallon  
Route de Florissant, 182  
1231 Conches - Genève  
+ 41 22 347 1104 - manager@levallon.ch

Des travaux certes, mais parlons plutôt d'un coup de fraîcheur car cette table genevoise mythique conserve son identité et reste ainsi le lieu enchanteur que nous gardons tous en mémoire. La bâtisse rose située au pied du Salève dissimule un joli jardin pour un déjeuner estival alors que la salle offre cette atmosphère chaleureuse qui a participé à la réputation du lieu. Que ce soit pour le bistro ou le restaurant, côté papilles, la carte, signée par le chef Christophe Raoux, se décline autour du terroir et des produits des meilleurs producteurs locaux, sans compter une exceptionnelle carte des vins. A découvrir ou redécouvrir, des plats Signatures comme le désossé de poussins à l'harissa, les cuisses de grenouilles à la Lyonnaise, la sole ou encore le tartare de boeuf préparé sous vos yeux.... Une adresse incontournable qui propose aussi différents services au fil d'une salle de banquets, d'espaces à privatiser et d'un fumoir.

-/ Works certainly, but let's rather talk about a breath of fresh air, since this mythical Geneva table has kept its identity, thus remaining the enchanting place we all remember. The pink building located at the foot of the Salève hides a pretty garden for a summer lunch, while the main room has this warm atmosphere that the place is famous for. Whether for the bistro or the restaurant, the menu, signed by chef Christophe Raoux, is based on regional products from the best local producers, not to mention an exceptional wine list. To discover or rediscover, signature dishes such as boneless chicks à l'harissa, frogs' legs à la Lyonnaise, sole or beef tartar prepared right before your eyes.... An unmissable address that also offers various services including a banquet room, private areas and a smoking room.



## OPEN BAR Les bouteilles viennent toquer à votre porte !

La nouvelle plateforme à succès pour toutes  
les bonnes occasions.

-/ The new successful platform for every occasion.

[www.open-bar.ch](http://www.open-bar.ch)

Open Bar est une entreprise suisse offrant un moyen simple de faire des achats parmi une très vaste sélection de Champagnes, Vins et Spiritueux. Cette nouvelle plateforme de vente en ligne combine plaisir et approche durable : les emballages sont biodégradables et leur collaboration avec One Tree Planted offre un arbre planté à chaque commande.

Le Genevois Benjamin Krief, issu du domaine financier, a choisi de proposer un large choix de vins étrangers et du pays. Plus de 1500 produits y sont référencés. La plateforme permet de sélectionner en fonction de plusieurs critères : région, cépage, pays mais aussi pourcentage d'alcool, volume ou millésime. Afin d'être concurrentiel sur le marché, Open Bar offre la livraison gratuite sur tous les Champagnes ainsi que sur la majeure partie des produits dans toute la Suisse. La sélection sera bientôt complétée par des cigares et des produits d'épicerie fine qui viendront élargir la gamme.

N'attendez plus ! Commandez dès à présent sur leur site avec le code promo "COTE" pour bénéficier de 10% de remise sur votre sélection.

-/ Open Bar is a Swiss company offering a simple way to shop among a very wide selection of Champagnes, Wines and Spirits. This new online sales platform combines fun with a sustainable approach: the packaging is biodegradable and their collaboration with One Tree Planted offers a tree planted for every order. Geneva-based Benjamin Krief, who comes from the financial field, has chosen to offer a wide choice of foreign and local wines. Over 1500 products are referenced there. The platform allows to select according to several criteria: region, grape variety, country but also percentage of alcohol, volume or vintage. In order to be market competitive, Open Bar offers free delivery in Switzerland for all Champagnes as well as for most of the products. The selection will soon be completed by cigars and delicatessen products that will expand the range. Don't wait any longer! Order now on their website with the promo code "COTE" to get a 10% discount on your basket.



## Une ode au chocolat suisse

Saviez-vous que manger du chocolat provoque dans le cerveau la même réaction chimique que celle induite par un médicament anti-inflammatoire puissant et qu'il est riche en tryptophane, une substance que l'organisme transforme en sérotonine, laquelle procure un sentiment de bien-être et de bonheur?

-/ Did you know that eating chocolate causes the same chemical reaction in the brain as a powerful anti-inflammatory drug and that it is rich in tryptophan, a substance that the body transforms into serotonin, which provides a feeling of well-being and happiness?

[cocoa-luxury.com](http://cocoa-luxury.com)

Alors imaginez maintenant pouvoir découvrir enfin un chocolat qui revient à ses racines, à son art, dénué d'industrialisation, entièrement fabriqué en Suisse avec du cacao de haute qualité récolté à la main ! Avec SwissOne, la chocolaterie premium Cocoa Luxury SA propose un chocolat contenant plus de cacao et moins de sucre. Un goût incomparable, qui plus est issu du commerce équitable. Pas besoin de fioritures quand le produit est bon ; aussi SwissOne propose une collection simple et efficace, riche en nutriments contenus dans le cacao sans aucune autre graisse végétale que le beurre de cacao. SwissOne, une expérience chocolaterie de haute qualité pour redécouvrir le vrai goût du chocolat !

-/ So now imagine being able to finally discover a chocolate that goes back to its roots, to its art, devoid of industrialization, made entirely in Switzerland with high quality cocoa harvested by hand! With SwissOne, the premium chocolate factory Cocoa Luxury SA offers a chocolate with more cocoa and less sugar. An incomparable taste, which furthermore comes from fair trade. No need for frills when the product is good, so Swissone offers a simple and effective collection, rich in the nutrients contained in cocoa without any other vegetable fat than cocoa butter. SwissOne, a high quality chocolate experience to rediscover the true taste of chocolate!



## Première étoile à La Table du Lausanne Palace

Imaginez un restaurant au panorama unique surplombant  
les toits de Lausanne, les montagnes et le lac.

-/ Imagine a restaurant with a unique panorama overlooking the rooftops of Lausanne, the mountains and the lake.

Rue du Grand Chêne 7-9,  
1002 Lausanne  
restoration@lausanne-palace.ch  
+41 21 331 32 15

Mardi 2 février 2021, le très attendu Guide Michelin a dévoilé son classement et a attribué sa première étoile à La Table du Lausanne Palace, soulignant la cuisine « expressive et intense du chef ». La Table du Lausanne Palace, nouveau restaurant gastronomique porté par l'emblématique Chef Franck Pelux et sa compagne Sarah Benahmed, a su conquérir les papilles des Lausannois et dépasser les frontières vaudoises. « Dans cette période compliquée, quel magnifique signe d'encouragement pour Franck et son équipe qui se sont dédiés avec enthousiasme dès leur arrivée au Lausanne Palace », nous confie Ivan Rivier, Directeur Général du Lausanne Palace

-/ On Tuesday, February 2nd, 2021, the eagerly awaited Michelin Guide unveiled its ranking and awarded its first star to La Table du Lausanne Palace, highlighting the "expressive and intense cuisine of the Chef". La Table du Lausanne Palace, a new gastronomic restaurant run by the emblematic Chef Franck Pelux and his partner Sarah Benahmed, has conquered the taste buds of Lausanne's inhabitants and has gone beyond the borders of Vaud. "In these complicated times, what a magnificent sign of encouragement for Franck and his team who have dedicated themselves enthusiastically since their arrival at the Lausanne Palace", declares Ivan Rivier, General Manager of the Lausanne Palace.



## Le Restaurant-Hôtel du Parc des Eaux-Vives renaît

**On entre au sommet du Parc des Eaux-Vives comme dans un monde enchanteur, où se côtoient des séquoias centenaires, des massifs impressionnants de rhododendrons et une petite cascade où trône une sublime bâtisse datant de 1750.**

-/ One enters into the Parc des Eaux-vives as if into an enchanting world, where hundred-year-old sequoias, impressive rhododendron beds and a small waterfall with an amazing house dating back to 1750 stand side by side.

Restaurant-Hôtel du Parc des Eaux-Vives  
Quai Gustave-Ador 82, 1211 Genève  
+ 4122 849 75 75  
www.metropole.ch

**On en oublierait presque que ce lieu exceptionnel est situé à quelques minutes du centre-ville de Genève....**

Installé au cœur d'un superbe parc offrant une vue unique sur le lac, le Restaurant-Hôtel du Parc des Eaux-Vives est propice à toutes les expériences rares, qu'elles soient culinaires, sensorielles ou culturelles. La Terrasse du Parc offre un espace chaleureux et convivial doté d'une vue magnifique. Sa carte savoureuse est confectionnée autour de produits de saison. Vous retrouverez l'incontournable Tartare de Bœuf sélectionné à la Boucherie du Molard ainsi que les irrésistibles filets de perches. Au premier étage, vous retrouverez « Le 82 » dans lequel le chef Jérôme Manificier a décidé d'exprimer toute sa créativité en proposant une cuisine française avec des petites touches d'inspirations asiatiques.

Côté hôtel, vous pourrez découvrir ses sept chambres et suites, chacune dotée d'un caractère unique. Elles ont été conçues comme de vastes espaces lumineux, offrant une vue magnifique sur le parc et le lac.

Le Restaurant-Hôtel du Parc des Eaux-Vives sera ravi de vous accueillir dès que la situation le permettra, pour vous envelopper dans un sentiment de plénitude bien mérité.

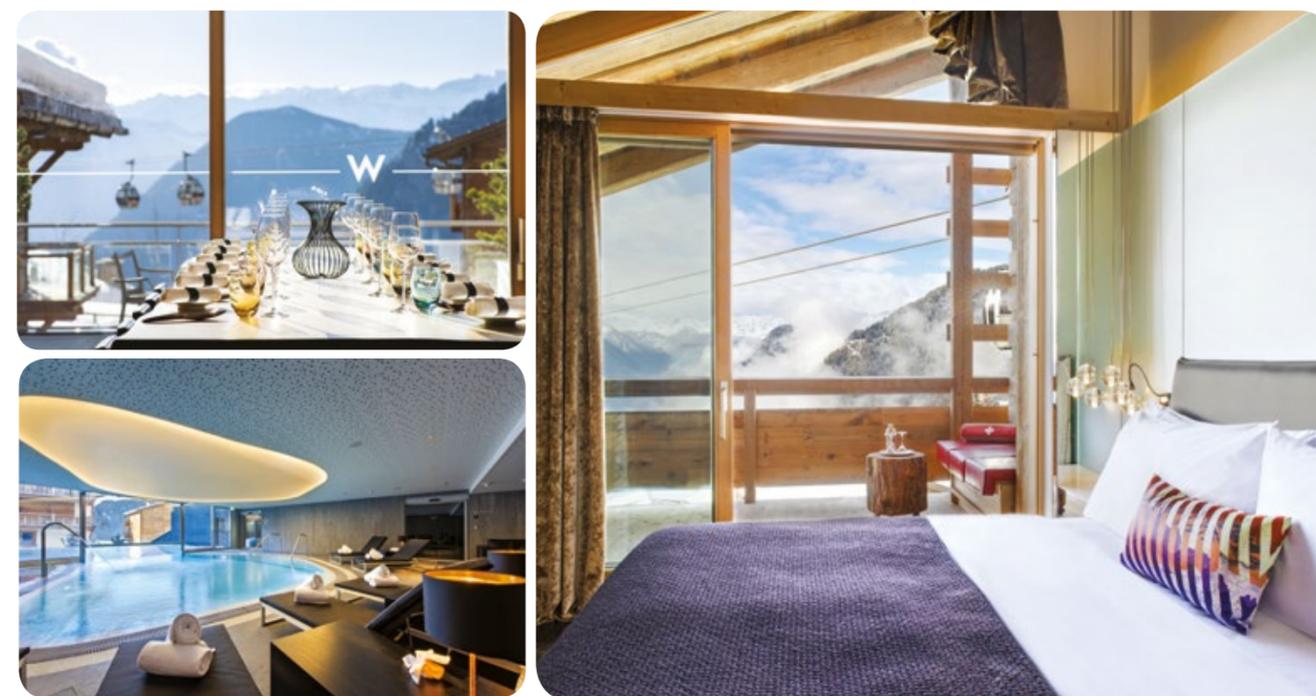
**-/ One would almost forget that this exceptional place is located just a few minutes from downtown Geneva....**

Located in the heart of a superb park offering a unique view of the lake, the Restaurant-Hotel du Parc des Eaux-Vives is ideal for all rare experiences, whether culinary, sensory or cultural.

La Terrasse du Parc offers a warm and friendly space with a magnificent view. Its tasty menu is made around seasonal products. You will find the unmistakable Beef Tartar selected at the Boucherie du Molard as well as the irresistible perch fillets. On the second floor, you will find "Le 82" in which the chef Jérôme Manificier has chosen to express his entire creativity by offering French cuisine with small touches of Asian inspiration.

As for the hotel, you will be delighted to discover its seven rooms and suites, each with its own unique character. They have been designed as vast, bright spaces, offering a magnificent view of the park and the lake.

The Restaurant-Hôtel du Parc des Eaux-Vives will be delighted to welcome you as soon as the situation allows, to wrap you in a well-deserved feeling of well-being.



## Evadez-vous Au W Verbier

**Faites un break à la montagne et profitez des installations et des prestations de l'établissement luxe et design.**

-/ Take a break in the mountains and enjoy the facilities and services of the luxury and design establishment.

W Verbier  
Rue de Médran 70, 1936 Verbier  
+41 27 472 88 88  
www.wverbier.com

**Avec son accès ski in / ski out, W Verbier est le lieu parfait pour une escapade en montagne. Situé au pied de 400 km de pistes du domaine de Verbier 4 Vallées, il offre une multitude d'activités hivernales à pratiquer au grand air - ski, ski de randonnée, raquettes, ski alpinisme, luge... - les possibilités sont infinies. Après une journée sportive en extérieur, rien de mieux qu'un cocktail sur la terrasse du Living Room suivi d'un massage Deep Tissue au AWAY Spa et d'un plongeon dans la piscine intérieure /extérieure chauffée WET avant de rejoindre le restaurant W Kitchen pour se régaler d'un souper gourmand et gourmet. Pour prolonger le week-end, la nuit du Dimanche est à -50% jusqu'au 10 Avril 2021.**

-/ With its ski in / ski out access, W Verbier is the perfect place for a mountain getaway. Set at the foot of Verbier 4 Valleys' area with its 400 km of slopes, it offers a multitude of winter activities to be enjoyed in the great outdoors - ski, ski touring, snowshoeing, ski mountaineering, sledging... - the possibilities are endless.

After a day of outdoor sports, nothing better than a cocktail on the terrace of the Living Room followed by a Deep Tissue massage at the AWAY Spa and a dip in the WET heated indoor/outdoor pool, before heading to the W Kitchen restaurant to enjoy a gourmet dinner. To extend the weekend, Sunday night is 50% off until April 10, 2021.

# PAS ENCORE ABONNÉ ?

# COTE

M A G A Z I N E

Afin de ne pas manquer un numéro,  
abonnez-vous à **COTE MAGAZINE**  
pour un ou deux ans.

*Ou vous pouvez également vous abonner  
en ligne sur notre site*

[www.cote-magazine.ch](http://www.cote-magazine.ch)



Je désire recevoir COTE magazine Genève pour un an  
(8 numéros) gracieusement.

Je désire recevoir COTE magazine Genève pour deux ans  
(16 numéros) au tarif de 42.00 CHF.

Nom : \_\_\_\_\_

Prénom : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Tél. : \_\_\_\_\_

Email : \_\_\_\_\_

# COTE

M A G A Z I N E

Service Abonnement  
Rue Eugène Marziano, 37  
1227 GENEVE

## CHOISIE PAR LES MEILLEURS



BORN IN LE BRASSUS



**AUDEMARS PIGUET**  
*Le Brassus*

RAISED AROUND THE WORLD



BOUTIQUES AUDEMARS PIGUET GENÈVE : PLACE DE LA FUSTERIE · FAIRMONT GRAND HOTEL