

COTE

M A G A Z I N E

LE ICONE

COME UN OGGETTO DIVENTA UN'ICONA?
SHOOTING ICONICO - GIOIELLI ICONICI

INCONTRO CON **NICOLAS BOS** PRESIDENTE
E CEO DI **VAN CLEEF & ARPELS**.

CARTIER E IL CINEMA - IL NUOVO NAUTILUS - RICHARD MILLE RM UP-01 FERRARI - KI NO BI
L'INSTANTE CLARINS - LOTUS ELETRE - FINE JEWELRY - GUIDO TERRENI, CEO DI PARMIGIANI



N° 34 - INVERNO 2022 - CHF 8.50

EXTREMELY ADDICTIVE

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

cote-magazine.ch



PATEK PHILIPPE
GENEVE

OGNI TRADIZIONE HA UN SUO INIZIO



UN PATEK PHILIPPE NON SI POSSIEDE MAI COMPLETAMENTE.

SEMPLICEMENTE, SI CUSTODISCE. E SI TRAMANDA.

CALENDARIO ANNUALE REF. 5205G



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

L'ELENCO COMPLETO DEI RIVENDITORI AUTORIZZATI IN SVIZZERA
È DISPONIBILE SUL SITO PATEK.COM

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



ART DIR: PAUL MARCIANO PH: VICOOLYA & SAIDA © GUESS, INC. 2022

GUESS



BVLGARI
ROMA

SERPENTI



Forza, fuori di qui!

Get off my screen!

Queste persone da non più seguire sui social network...

Il folle reposter: un vero e proprio media umano, il ragazzo condivide tutto. Una clip, un articolo, un tweet, una mostra, qualsiasi cosa. Tutto ciò che passa davanti ai suoi occhi merita di essere condiviso secondo lui. Perché? Non lo sappiamo. Immaginiamo che voglia essere visto come una persona curiosa e connessa, ma in realtà sembra solo un disoccupato... Troppe informazioni uccidono le informazioni. Quindi hop, andiamocene da qui.

il simpatizzante: anche lui da bandire, purtroppo. Il ragazzo pubblica regolarmente foto dei suoi piedi su una sedia a sdraio, in piscina o circondato da improbabili ragazze. Sempre con un cocktail o un bicchiere di rosé in mano. O peggio, inserisce un video del tempo nella sua prossima destinazione, dove ovviamente fa caldo e c'è il sole. Non si sa bene cosa faccia per vivere, ma passa la sua vita a destra e a sinistra, il più delle volte ubriacandosi. Ma a noi non interessa! È sufficiente, dopo un po' si capisce l'idea. E se fosse tutta una bugia? Dopotutto, se il ragazzo ha il tempo di postare tutto questo, forse non sta facendo nulla? No, non lo è. Ammettiamolo: il suo obiettivo è farvi arrabbiare e ci sta riuscendo. Vai, esci di qui, stupido bastardo.

La mignotta: in definitiva abbastanza inutile e quindi esasperante, tale è il destino dell'esibizionista della rete. In effetti, la censura sui social network, unita all'offerta pornografica disponibile altrove, fa sì che la zoccola dei media non abbia alcun valore aggiunto sul vostro feed. Oltre a mostrarsi come una persona totalmente innamorata di se stessa, che si mette in posa da stonza, avvolta nel più volgare narcisismo sessualizzante. Ma cosa sta cercando? Ha alcune „amiche“ che le fanno commenti del tipo „sei uno splendore, tesoro“, ma a lei non importa. Quello che vuole è eccitare il maschio.

Non è né il luogo né il momento.

Il tipo „corporate“: l'uomo riferisce assolutamente tutto ciò che accade nella sua azienda. La minima collaborazione, il piccolo evento più insignificante, ogni nuovo prodotto commercializzato... calmati, ciccione. Questo non è il tuo account LinkedIn. Non ci interessa il dinamismo della tua agenzia. Lo spiritoso: mai avaro di una buona parola o di un pensiero caustico, inonda il vostro feed di notizie con le sue osservazioni spiritose. Raramente divertente, spesso imbarazzante, pensa evidentemente di essere molto rilevante e, soprattutto, stranamente autorizzato a commentare le notizie da un punto di vista umoristico. Convinto di essere molto importante, ha un'opinione su tutto, soprattutto quando non gli viene chiesto. No, tu non hai il dono della battuta d'osservazione, come ti è stato detto. Il politico: è un tipo stancante. Ciò che gli piace di più è comunicare su cose intelligenti. Quindi lancia regolarmente un link, con un tag del tipo „LEGGILO“. FANTASTICO“. E si finisce in una lunghissima e noiosa storia su com'è stato creato Daesh. Ma non importa, il suo leitmotiv è dimostrare che è interessato a cose reali, a questioni complesse e importanti. Commenta molto le notizie, le primarie, i grandi scandali e tutto il resto. Ascolta, resta su Twitter, ci stai stancando. Buona fortuna.

Olivier Cerdan, Editeur

-/ Or, those sad people not to follow on social media...

The compulsive reposter: a human media all by himself, the guy who shares everything. A clip, an article, a tweet, an exhibition, anything will do. He thinks that anything he lays his eyes on is worth sharing. Why? No one really knows. We imagine that he wants us to think he's brilliant and connected, but in fact everyone thinks he's just a bloke on the dole... Too much news kills the news. So, get off my screen.

The liker: another sad type to ban from your screens. The guy regularly posts pictures of his own feet lying on a sunbed by the pool and surrounded by improbable bimbos. Always with a cocktail or a glass of rosé in hand. Or worse still, he sends you a video capture of the weather at his next destination, where, of course, it's sunny and warm. No one really knows what he does for a living, but he spends his time flitting from one place to the next, having a good time. But nobody cares! That's quite enough of that, thank you, we've all got the message. And what if it was all fake? After all, if the guy spends all that time posting the stuff, maybe it's because he's got nothing better to do all day? But no, don't lie to yourself: all he wants to do is get you pissed off, and he manages quite well. Get out of my way, dickhead.

The bitch: the totally unnecessary and exasperating network exhibitionist. All the social media censure combined with all the porn available on the web means that your common or garden troll brings no added value to your screen. Totally full of herself, she posts sleazy pictures of herself wrapped in her own vulgarly sexy narcissism. But what exactly is she looking for? Of course, she has a few "girlfriends" who post comments like "you're a bombshell, baby", etc., but she couldn't care less. She's just out on the pull. It's not the right place for it.

The corporate type: the bloke who repeats absolutely everything that is happening at work. The slightest collab, the most insignificant event, every new product release... But, cool it. This isn't your LinkedIn account. Nobody cares about the dynamism of your agency.

The witty type: never short of a joke or a cynical thought, he floods your news feeds with his wit. Rarely funny, often embarrassing, he obviously thinks he is brilliantly insightful and seems to believe he has a divine right to share his humorous comments on the news. Persuaded that he is so very à propos, he has an opinion on absolutely everything, especially when nobody asks him for it. No, we already told you that you really don't have a gift for comic observation.

The political type: a real bore. What he enjoys above all is chatting about intelligent stuff. So, he regularly posts links with an injunction like "READ THIS. ENLIGHTENING." And you find yourself in the midst of a long and dubious article about the origins of ISIS. But that's not important. His thing is to show that he, at least, is interested in really important matters and complex problems.

He posts loads of comments about the news, the elections, major scandals, etc., etc. Keep to Twitter, you're boring us to death. So, good luck!

HYT



HEROES OF
YOUR TIME





Mi ricordo... I remember...

...quando tutto si è fermato, ristoranti, bar, discoteche, aerei fermi, negozi chiusi, teatri...

Credenti o meno, ho l'impressione che fossimo così spaventati da essere pronti a fare qualsiasi cosa, anche se si trattava di implorare Dio, il Gran Mufti, Vishnu, l'architetto dell'universo o sua madre, di tirarci fuori da questo inferno.

Era come se, dimostrandogli che eravamo capaci di diventare migliori, alla fine ci avrebbe tirato fuori da lì.

E quando dico che eravamo pronti a tutto, era davvero tutto... abbiamo iniziato ad applaudire le badanti, a congratularci con i cassieri, a parlare con i fattorini, a ringraziare i netturbini, a fare la spesa per i vicini.

Tutto ciò di cui potevamo parlare era il mondo dopo, un mondo diverso, inevitabilmente migliore, più giusto, meno consumistico, un mondo in cui l'ultimo libro del Dalai Lama stampato su carta fatta di peli di capra riciclati sarebbe stato più prezioso di un iPhone 17.

Un mondo di pochi, più concentrato sull'essenziale, un mondo in cui faremmo meno cose ma ci ameremmo di più.

Un mondo in cui il PIL misurerebbe la pace interiore lorda, il cui indice non sarebbe altro che la somma della felicità condivisa da tutti gli esseri viventi sul pianeta Terra.

E poi, beh, abbiamo trovato un vaccino e da allora tutto è andato avanti come se stessimo dicendo a Dio: „Lascia stare, l'abbiamo trovato!“, riprenderemo invece la normale attività.

Basta con i buoni propositi, lasciamo perdere tutto, che importa? Facciamo esplodere gli schiuma party, o coca e puttane a Ibiza o niente.

Niente più domande sul mondo successivo, niente più soluzioni e vie alternative, niente più solidarietà e apertura verso gli altri.

Vogliamo solo assicurarci che gli Uguri producano scarpe da ginnastica di qualità migliore rispetto ai bambini del Bangladesh. Non ci interessa il cambiamento climatico, vogliamo solo sapere quanto tempo ci vorrà per fare surf in Groenlandia.

L'unica domanda che anima il dibattito politico è se dobbiamo annegare i migranti prima o dopo che salgono sul gommone. Chi si preoccupa del resto?

Non sono né superstizioso né mistico, ma ci sono giorni in cui finisco per chiedermi se l'umanità non meriti di lasciare il posto ai virus.

La velocità con cui siamo passati da „Qual è la ricetta del pane equo e solidale?“ a „Hai il nuovo GMT?“ è impressionante. A questo livello, non si tratta più di resilienza, ma di rassegnazione.

Come possiamo sperare di costruire un mondo che volga le spalle agli errori del passato quando tutto ciò che vogliamo fare è commetterli di nuovo, voltare le spalle alla speranza di un futuro migliore

...when everything shut down, the restaurants, the bars, the discotheques, the planes grounded, the stores closed, the theaters...

Believers or not, I think we were so scared that we were ready to do anything, even if it meant begging God, the great mufti, Vishnu, the architect of the universe or his mother, to get us out of this hell.

It was as if, by proving to him that we were capable of becoming better, he would eventually get us out of there. And when I say we were ready for anything, I really mean anything... we started applauding the caregivers, congratulating the cashiers, talking to the delivery people, thanking the garbage men, going shopping for the neighbors. All we could talk about was the world after, a different world, obviously better, fairer, less consumerist, a world in which the latest book by the Dalai Lama printed on paper made of recycled goat hair would be more valuable than an iPhone 17.

A world more focused on the essential, a world where we would do less but love each other more. A world in which the GDP would measure the Gross Domestic Peace, whose index would be none other than the sum of the happiness shared by all the living beings on planet Earth. And then, well, we found a vaccine and since then, everything has been going on as if we were saying to God, „Don't sweat it, we're good!“, let's go back to our usual selves.

No more good resolutions, let's drop everything, we don't care. Have a blast with the foam parties, it's coke and whores in Ibiza or nothing. No more talk about the next world, no more alternative solutions and side roads, no more solidarity and openness to others.

We just want to make sure that the Uyghurs make better quality sneakers than the children of Bangladesh. We don't care about climate change, we just want to know how long it will take before we can surf in Greenland. The only question that animates the political debate is whether we should drown the migrants, before or after they get into a zodiac?

Who cares about the rest? I'm neither superstitious nor mystical, but there are days when I end up wondering if humanity doesn't deserve to leave its place to viruses.

The speed at which we went from „What's your fair trade bread recipe?“ to „Did you get the new GMT?“ is mind-boggling. At this level, it's no longer resilience, it's resignation. How can we hope to build a world that turns its back on the mistakes of the past when all we want to do is make them again, to definitively shut out any hope for a better future?

SWAROVSKI



OPEN THE WONDER

Contents



Steve McQueen. Photo by Barry Feinstein.



Farrah Fawcett skateboarding, 1977. Photo courtesy of the Associated Press.

Prefazione	06
Tocade	08
POST-SCRIPTUM	15
Who knew?	16
Marek Boguszak	20
Alpian	26
TENDANCES	27
Rallye Porsche Classic Ginevra	28
Lotus Eletre	30
The Showcase	32
Perrier-Jouët	34
KI NO BI	36
L'istante Clarins	42
Il nuovo Nautilus	46
Richard Mille	48
Apple Watch Hermès serie 8	54
Longines	56
FINE JEWELRY	57
Cartier e il cinema	58
Messika	64
Boucheron	66
FACE TO FACE	67
Nicolas Bos, Presidente e CEO di Van Cleef & Arpels.	68
Guido Terreni, CEO di Parmigiani	74
LE ICONE	77
Come un oggetto diventa un'icona ?	78
Shooting iconico	88
Gioielli cult	104
ESCAPE	109
Club Med Magna Marbella	110



www.baxter.it

baxter
MADE IN ITALY

Impressum



COTE
M A G A Z I N E

EDITORE

Olivier Cerdan / o.cerdan@cote-magazine.ch
assistito da Virginie Vivès / v.vives@cote-magazine.ch

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

DIRETTORE DELLA REDAZIONE
Hervé Borne / h.borne@cote-magazine.ch
Victoria Javet / v.javet@cote-magazine.ch

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

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

PUBBLICAZIONE SUL WEB
Victoria Javet
Caroline Schwartz
Virginie Vivès
Claudia Dwek

FOTOGRAFI
Stéphane Gagnard, Pierre Orsaud,
Claire Terrailon, Alexandre Pittet, Sylvie Roche

STUDIO
Direttore creativo
Olivier Benatar / o.benatar@cote-magazine.ch

GRAPHIC DESIGNER
Claudia Dwek / c.dwek@cote-magazine.ch / pao@cote-magazine.ch

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

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

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

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

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

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

TRADUZIONE : Gwendalin Burke, Raphaël Klemm

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

Abbonamenti : info@cote-magazine.ch



@cotemagazineswitzerland

www.cote-magazine.ch

LES ÉDITIONS COTE MAGAZINE SUISSE

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

COTE MAGAZINE GENÈVE
Francese / Inglese
Otto numeri all'anno

COTE MAGAZINE LUGANO
Italiano / Inglese
Quattro numeri all'anno

COTE MAGAZINE ZÜRICH
Tedesco / Inglese
Sei numeri all'anno

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

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

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



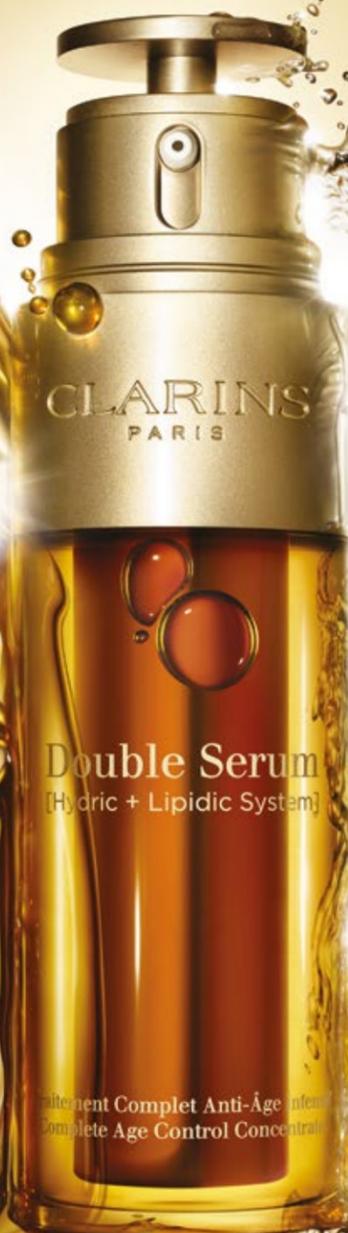
**L'UNICA RIVISTA CERTIFICATA
VINTA NEL 2020**

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

CLARINS

THE
UNIQUE
DOUBLE
POWER

1 SOLD
EVERY
5 SECONDS*



**Double Serum
& Double Serum Eye**
Exceptional anti-aging duo.

Double Serum: 2 serums-In-1 with 21 plants extracts to act visibly on the signs of aging. And for a complete anti-aging action: Double Serum + Double Serum Eye.

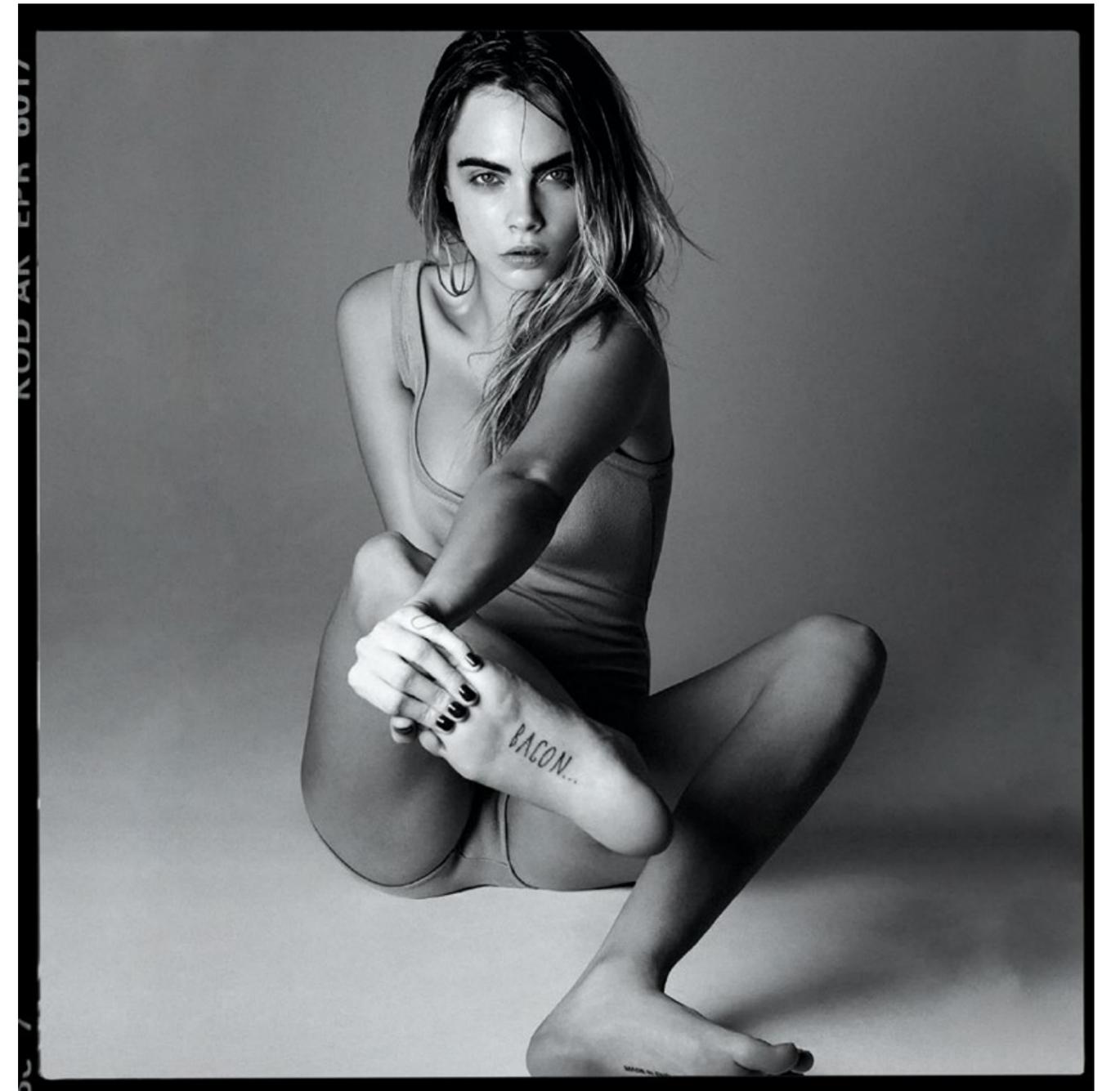
*Internal Clarins sales & data - worldwide, Double Serum range, 2021.

CLARINS.CH



COTE MAGAZINE POST-SCRIPTUM

REGINA ELISABETTA II - WHO KNEW? - ALPIAN



Cara Delevingne, @soffann, 11/01/2017.



Chi era veramente la Regina Elisabetta II

La Regina Elisabetta II si è spenta l'8 settembre all'età di 96 anni. Anche se è conosciuta in tutto il mondo, è probabile che ci siano un paio di cose che non sapete su di lei.

-/ Queen Elizabeth II died on September 8 at the age of 96. Even though she is known all over the world, there are probably a couple of things you don't know about her.

Non è nata in un palazzo
È nata il 21 aprile 1926 in una casa londinese di proprietà dei nonni materni scozzesi, il conte e la contessa di Strathmore.

Non è andata a scuola
La Regina Elisabetta II e la sua unica sorella, la Principessa Margaret, sono state educate a casa sotto la supervisione della madre e della governante. Si tratta di un insegnamento che riguarda principalmente la lingua, la storia, la letteratura e la musica.

Si è unita al Women's British Army nel 1945.
Nel 1945, quando la guerra volgeva al termine e la Principessa Elisabetta aveva 18 anni, espresse il desiderio di entrare nell'auxiliary Territorial Service (ATS), il ramo femminile dell'esercito britannico. Poco dopo l'arruolamento, ha raggiunto il grado di Comandante junior ed è diventata il primo membro femminile della famiglia reale a entrare nell'esercito.

La sua coronazione è la prima nella storia ad essere trasmessa in televisione
L'incoronazione di Elisabetta è stata la prima ad essere interamente teletrasmessa (le telecamere non erano state ammesse per l'incoronazione dei genitori nel 1937). L'evento si è svolto nell'Abbazia di Westminster e ha visto la partecipazione di quasi 8'000 ospiti provenienti da tutto il

Commonwealth. Gli ospiti hanno potuto acquistare lo sgabello su cui si sono seduti durante la cerimonia di incoronazione per contribuire a finanziare alcuni dei costi organizzativi.

La Regina poteva guidare senza patente.
La Regina era l'unica persona nel Regno Unito a poter guidare senza patente o targa. Ha imparato a farlo durante la sua permanenza nel Women's Auxiliary Territorial Service. Aveva anche una passione per la velocità e le piaceva stare al volante di una Jaguar e di una Range Rover. Nel 1998, ha guidato il re Abdullah dell'Arabia Saudita attraverso i vicoli della tenuta reale di Balmoral, in Scozia.

Non aveva il passaporto
La Regina non aveva un passaporto, dato che i passaporti britannici sono emessi a suo nome. Il sito ufficiale della Famiglia Reale spiega che in effetti "i passaporti britannici sono emessi a nome di Sua Maestà, non è necessario che la Regina ne possieda uno.". Questo fatto non le ha impedito di viaggiare. Durante il suo regno ha visitato oltre 100 Paesi.

Ha acquistato il suo abito da sposa utilizzando i coupon della razione
Nel novembre 1947, due anni dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale, Elisabetta Windsor sposò Filippo Mountbatten nell'Abbazia di Westminster. Indossava un

abito bianco, la cui stoffa era stata acquistata con i coupon delle razioni del tempo di guerra. Disegnato da Norman Hartnell, l'abito di seta è stato realizzato da 350 donne in circa due mesi. Per permettere a Elisabetta di permettersi il costoso abito, il governo britannico le regalò 200 coupon extra per le razioni.

La regina veniva svegliata ogni mattina da uno suonatore di cornamusa
Ogni mattina alle 9, un „Piper to the Sovereign“ (suonatore di cornamusa) suonava per 15 minuti alla finestra della Regina come campanello d'allarme. Questa tradizione è stata iniziata dalla trisnonna della defunta regina, la regina Vittoria, nel 1843.

Amava gli animali
La Regina amava gli animali, soprattutto i corgis. Elisabetta II ha avuto più di 30 corgis durante la sua vita e ha supervisionato personalmente i loro pasti quotidiani. I suoi corgis hanno persino ottenuto un ruolo con Daniel Craig nel video di lancio della cerimonia di apertura dei Giochi Olimpici di Londra 2012.

Aveva il suo bancomat
La Regina aveva un bancomat privato nel seminterrato di Buckingham Palace, installato dalla Coutts Bank. Tuttavia, non si sa se abbia mai avuto bisogno di prelevare denaro... Per la cronaca, nei sotterranei del Palazzo Reale c'era anche un ufficio postale.

who knew?

Per riempire gli spazi vuoti e fare un po' di scena, COTE aveva già realizzato una compilazione sugli animali, sul cervello e su altre conoscenze essenziali. A volte inutile, ma sempre indispensabile, questa pagina è per voi!

-/ To fill in the gaps in your knowledge and then to show it off a little, COTE has already offered you compilations about animals, the brain and other essential wisdom. Sometimes useless, but always indispensable, this page is for you!

Jacob Decasa



La camicia da marinaio originale ha 21 strisce, in riferimento al numero di vittorie di Napoleone.

-/ The original striped sailor top had 21 stripes in reference to the number of Napoleon's victories.



La ptarmoscopia è una tecnica divinatoria che interpreta gli starnuti.

-/ Ptarmoscopy is a divinatory technique that interprets sneezes.



Gli adolescenti che mangiano molto cioccolato hanno un grasso corporeo inferiore rispetto agli altri.

-/ Teenagers who consume a lot of chocolate have a body fat percentage that is lower than for other people.



Il cammello può bere fino a 135 litri d'acqua in 10 minuti.

-/ Camels can drink up to 135 litres of water in 10 minutes.



0,1% è la percentuale di uomini nel mondo con un pene più lungo di 22 cm.

-/ 0.1% is the percentage of men in the world who have penises over 22 cm in length.



I ratti e le giraffe possono stare senza acqua per più tempo dei cammelli.

-/ Rats and giraffes can survive without water longer than camels.



La pogonofobia è la paura della barba.

-/ Pogonophobia is the fear of beards.



Esistono 293 modi diversi per dare il cambio a 1 dollaro.

-/ There are 293 different ways of giving change for 1 dollar.



Sdraiandosi sulla schiena e sollevando delicatamente le gambe, non si può affondare nelle sabbie mobili.

-/ If you lie on your back and gently raise your legs, you cannot sink in quicksand.



In realtà, i giorni durano 23 ore, 56 minuti e 4 secondi. Per ripristinare l'equilibrio, i minuti fantasma vengono reinseriti nel 366° giorno degli anni bisestili, una volta ogni quattro anni.

-/ In reality, days last 23 hours, 56 minutes and 4 seconds. In order to restore the balance, ghost minutes are added to the 366th day of leap years, once every four years.



La parola „assassino“ deriva dall'arabo „haschashin“ che significa „persone che fumano hashish“.

-/ The word "assassin" comes from the Arabic "haschashin" which means "people who smoke hashish".

Digital Photography Through the Eyes of an Analog Photographer

Con l'intensità di un'eruzione vulcanica, le opere del fotografo ceco Marek Boguszak (nato nel 1952) sono emerse nel mercato globale dopo la metamorfosi dalla fotografia di paesaggio in oggetti fotografici astratti.

With the intensity of a volcanic eruption, the artworks of the Czech photographer Marek Boguszak (b. 1952) emerged into the global market after metamorphosing from landscape photography into abstract photographic objects.

Di Verónica Cuomo



Zurigo, Londra, Monaco e Praga sono stati i primi spettatori ad assistere all'espansione di Boguszak. L'artista avanza solidamente con un'eccellente proiezione internazionale attraverso la sua promettente carriera, raccogliendo premi in tutto il mondo e organizzando le sue prossime mostre a New York, Madrid e Berna, fra le altre capitali.

Tecniche di stampa del XIX secolo

Il suo percorso artistico si è evoluto attraverso diverse fasi, dall'analogico al digitale, forgiando un artista di notevole spessore. Boguszak si è appassionato in gioventù alla sperimentazione di processi e tecniche di stampa del XIX e dell'inizio del XX secolo, come la cianotipia e la tonalità. Le sue emulsioni, carte e stampe fatte a mano si sono evolute dalle immagini atmosferiche del pittorialismo all'estetica innovativa della fotografia diretta. I suoi primi lavori ricordano quel momento storico in cui la fotografia ha lottato per la legittimità, prima emulando i dipinti e poi riflettendo sulle proprietà intrinseche del mezzo prima di conquistare il regno delle belle arti. Per la prima volta, Boguszak svelerà al pubblico e alla critica una selezione inedita delle sue stampe vintage a Zurigo, presso il Curator's Lab, e all'ambasciata della Repubblica Ceca a Berna, nell'ambito di un progetto internazionale.

Matematico, topologo e sociologo

La formazione accademica di Boguszak in matematica, topologia e sociologia ha contribuito all'emergere di una visione fotografica molto personale. Il dottorato di ricerca è stato seguito da un periodo di successo imprenditoriale che gli ha impedito di praticare la fotografia. A causa del ritmo lavorativo di quegli anni, si è progressivamente allontanato dall'ufficio. Il fotografo ha cercato la vicinanza e l'immediatezza con la natura, catturando la bellezza del paesaggio con un'intensità insolita - da allora - attraverso un obiettivo digitale.

Contorni plastici e malleabili

La Valle della Morte negli Stati Uniti, modellata dalla conspirazione di forze erosive, è il palcoscenico della serie più recente di Boguszak, „Dunes“ (2019 - 2021). Antico di millenni, il deserto ci ha preceduto ed esisterà a lungo dopo la nostra

I suoi primi lavori ricordano quel momento storico in cui la fotografia ha lottato per la legittimità.

His early work recalls that moment in history when photography fought for legitimacy

Zurich, London, Monaco, and Prague were the first audiences to witness Boguszak's expansion. The artist advances solidly with an excellent international projection through his promising career collecting awards worldwide and organizing his upcoming exhibitions in New York, Madrid, and Bern, among other capitals.

Nineteenth Century Printing Techniques

His artistic course has evolved through different phases from analog to digital, forging an artist of substantial depth. Boguszak became fascinated in his youth with experimentation in nineteenth and early twentieth-century processes and printing techniques, like cyanotypes and toning. His hand-made emulsions, papers, and prints evolved from the atmospheric imagery of Pictorialism into the ground-breaking aesthetics of straight photography. His early work recalls that moment in history when photography fought for legitimacy, first emulating paintings and then pondering the medium's inherent properties before conquering the realm of fine arts. For the first time, Boguszak will reveal to the public and critics an unseen selection of his vintage prints in Zurich at The Curator's Lab and at the Czech embassy in Bern as part of an international project.

Mathematician, Topologist and Sociologist

Boguszak's academic training in mathematics, topology, and sociology contributed to the emergence of a very personal photographic vision. His Ph.D. was followed by a period of successful entrepreneurship that prevented him from practicing photography. Due to the working rhythm of those years, he progressively escaped the office. The photographer sought proximity and immediacy with nature, capturing the landscape's beauty with unusual intensity - since then - through a digital lens.

Plastic and malleable contours

Death Valley in the USA, shaped by the conspiracy of erosive forces, is the stage for Boguszak's most recent series, «Dunes» (2019 - 2021). Millennia old, the desert preceded us and will exist long after we are gone. This perpetuity engraved in its basic structure transcends in Boguszak's photography. He dissolves earthly reality to reveal the dunes'

Photo: © Marek Boguszak

Peacock the I, 2021, 47 x 60 cm, archival print under acrylic glass (3mm) + dibond back, Limited Edition 1/5 + 2 AP

Fortitude, 2020, 60 x 90 cm, archival print under plexiglass (3mm) + dibond back, aluminum floating frame, Limited Edition 1/5 + 2 AP

scomparsa. Questa perpetuità incisa nella sua struttura di base trascende nella fotografia di Boguszak. Egli dissolve la realtà terrena per rivelare l'anatomia segreta delle dune attraverso l'astrazione, congelando e conservando l'essenza dei mutevoli movimenti coreografici della sabbia. Malleabili e plastici, i loro contorni sono arricchiti dal colore e dal contrasto, riflettendo i sentimenti dell'artista.

La natura è un essere vivente

Grazie alla disponibilità di strumenti digitali per la creazione di immagini e l'editing digitale a partire dagli anni Novanta, Boguszak aggiorna e » trasforma l'immagine in un mezzo di espressione, reinventando un nuovo vocabolario visivo. Egli comprende che la natura è un essere vivente e ne stacca accuratamente gli strati della pelle fino a quando la sua nudità permette di percepire la sua quintessenza. In questo stato, privato di ogni riferimento al mondo reale, la connessione emotiva con l'immagine è imminente.

Costruire l'astrazione attraverso l'intuizione

L'astrazione è probabilmente lo sviluppo più rilevante del Modernismo. Scoperta - non inventata - intorno al 1912 in Europa, l'astrazione è, secondo Charles Bernstein, una metafora. Nel caso di Boguszak, l'astrazione è un processo che investe un valore metaforico intrinseco utilizzando il colore, il contrasto e le tinte come rappresentazioni delle sue emozioni individuali. Sceglie di non fotografare un'ambientazione astratta, ma costruisce l'astrazione attraverso l'intuizione. Marek Boguszak compie i primi passi verso la dissoluzione di rigide concezioni pittoriche, rinunciando alla storica funzione documentaria della fotografia e sfidando la convinzione che una buona fotografia sia una fetta di realtà non mediata.

Le „Dune“ di Boguszak presentano alcune affinità concettuali e tecniche con la serie „The Last Analog Photograph“ I - XII (2007 - 2017) dell'artista svizzero Hans Danuser (nato nel 1953), la cui musa è anch'essa la sabbia. Danuser esplora la natura materiale dell'immagine fotografica, paragonando la complessità degli strati fotografici a quella del deserto. Con mezzi diversi, entrambi gli artisti ci ricordano che la visione, come il paesaggio, è in un perenne stato di cambiamento, invocando la fragilità di un singolo momento immortalato attraverso i loro obiettivi.

Esplorare alcuni aspetti del movimento

Le creazioni più recenti del fotografo ceco si muovono verso il linguaggio pittorico dell'astrazione geometrica - basato sull'uso di forme geometriche collocate in uno spazio non illusionistico - esplorando alcuni aspetti del movimento, principalmente il processo di evoluzione in una realtà puramente pittorica, costruendo attraverso la plasticità delle figure sensuali adattate al proprio vocabolario artistico. Egli sottolinea la piattezza dello spazio - in quanto portatore di elementi applicati - allontanandosi dalla realtà fisica del paesaggio originale. È un universo visivo in cui le linee diventano forme esaltate da toni accesi, senza compromettere la loro duttilità.

Codificare il mondo nella condizione fungibile di un file di computer

Capace di far rivivere alla stampa fotografica - da zero - l'intimità della camera oscura da un lato e di esplorare le possibilità di manipolazione di un software all'avanguardia che codifica il mondo nella condizione fungibile di un file di computer, dall'altro, il rapporto di Boguszak con il fotografico medium si consuma. È proprio nella coesistenza silenziosa del fotografo analogico e di quello digitale che l'arte di Boguszak racchiude tutta la sua unicità sorprendente, realizzando risultati sublimi nella fotografia digitale attraverso gli occhi di un fotografo analogico.

Photo : © Marek Boguszak

secret anatomy through abstraction, freezing and preserving the essence of the ever-changing choreographic movements of the sand. Malleable and plastics, their outlines are enriched by color and contrast, reflecting the artist's feelings.

Nature is a Living Being

Thanks to the availability of digital image-making and digital editing tools since the nineties, Boguszak upgrades and transforms the picture into a means of expression, reinventing a new visual vocabulary. He comprehends that nature is a living being and carefully peels off the layers of its skin until its nudity enables one to perceive its quintessence. In this state, denuded of all references to the real world, the emotional connection to the image is imminent.

Building Abstraction through Intuition

Abstraction is probably the most remarkable development from Modernism. Discovered - not invented - around 1912 in Europe, abstraction is, by Charles Bernstein's account, a metaphor. In the case of Boguszak, abstraction is a process, investing an intrinsic metaphorical value using color, contrast, and hues as representations of his individual emotions. He chooses not to photograph an abstract setting but builds abstraction through intuition. Marek Boguszak takes the first steps toward the dissolution of stringent pictorial conceptions, renouncing the historical documentary function of photography and defying the belief that a good photograph is an unmediated slice of reality.

Boguszak's «Dunes» bears some conceptual and technical affinities with the series «The Last Analog Photograph» I - XII (2007 - 2017) from the Swiss artist Hans Danuser (b. 1953), whose muse is also sand. Danuser explores the photographic image's material nature, paragoning the photographic layers' complexity with the desert's. By different means, both artists remind us that vision, like landscape, is in a perpetual state of change, invoking the fragility of a single moment immortalized through their objectives.

Exploring some Aspects of the Movement

The Czech photographer's most recent creations move toward the pictorial language of geometric abstraction - based on the use of geometric forms placed in a non-illusionistic space - exploring some aspects of the movement, mainly the process of evolving into a purely pictorial reality by building through the plasticity of sensual figures adapted to his own artistic vocabulary. He emphasizes the flatness of the space - as the carrier of applied elements - away from the original landscape's physical reality. It is a visual universe where lines become shapes enhanced by bright tones without compromising their ductility.

Encoding the World in the Fungible Condition of a Computer File

Capable of bringing to life the photographic print - from scratch - the darkroom's intimacy on one side and exploring the manipulative possibilities of state-of-the-art software encoding the world in the fungible condition of a computer file, on the other, Boguszak's relationship with the photographic medium is consummated. It is precisely in the silent coexistence of the analog and the digital photographer that Boguszak's art holds all its breathtaking uniqueness, performing sublime results in digital photography through the eyes of an analog photographer.

Digital
Private
Banking.
Swiss
Made.



App disponibile ici



Alpian lancia la prima banca privata digitale in Svizzera

Alpian SA è orgogliosa di annunciare l'apertura della prima banca privata digitale svizzera interamente progettata per soddisfare le esigenze del segmento di clientela mass affluent.

-/ Alpian SA is proud to announce the opening of the first Swiss digital private bank fully designed to cater specifically to the needs of the mass affluent client segment.

alpian.com

Il suo servizio digitale è ora disponibile e la mobile App può essere scaricata sugli store Apple e Google Play. L'innovativa combinazione di competenze umane e tecnologia all'avanguardia fornisce ai suoi clienti un'offerta di private banking digitale, su misura, senza precedenti.

Con il suo lancio, Alpian crea un nuovo segmento nei servizi bancari e di investimento. Con un modello ibrido unico, si combina una piattaforma bancaria sicura e all'avanguardia con il supporto e la guida degli esperti consulenti patrimoniali di Alpian.

Grazie al suo mandato discrezionale, Alpian introduce servizi professionali e altamente personalizzati a un segmento di clientela che merita un'offerta di gestione patrimoniale affidabile e trasparente. La commissione di gestione competitiva dello 0,75% stabilisce inoltre un nuovo standard per questo tipo di servizi di private banking.

Disclaimer: Marketing ai sensi dell'art. 68 della LSerFi

-/ Its mobile-first digital service is now available for download on the Apple and Google play stores. Alpian's innovative combination of human expertise and cutting-edge technology provides an unprecedented, bespoke, digital private banking offering to its customers.

With its launch, Alpian delivers a new level of banking and investment services. With a singular hybrid model, Alpian combines a secure, state-of-the-art banking platform with the support and guidance of Alpian's experienced wealth advisors, giving affluent clients access to services otherwise reserved for clients of traditional private banks.

Through its discretionary mandate, Alpian introduces professional and highly personalized services to a client segment deserving of a trustworthy and transparent wealth management offering. The competitive management fee of 0.75% also sets a new industry standard for this type of truly private banking services.

Disclaimer: Marketing pursuant to Art. 68 of the Swiss FinSA

COTE MAGAZINE TENDENZE

RALLYE - PORSCHE CLASSIC - LOTUS ELETRE - THE SHOWCASE
- PERRIER-JOUËT - PROFUMI - CLARINS - RICHARD MILLE



Jean Shrimpton and Steve McQueen, November 1964. © Richard Avedon

Rallye Porsche Classic Ginevra | Mont-Blanc Tour

Per la 5^{es}ima edizione del Porsche Classic Geneva Rally, clienti e amici si sono uniti al team del Porsche Classic Center Geneva per fare il giro del Monte Bianco.

In programma: 3 giorni di guida, quasi 500 chilometri, 3 paesi attraversati, 10 passi iconici e un'unica parola d'ordine: condividere la passione Porsche Classic!

-/ The Porsche Classic Center Geneva team has joined customers and friends for the 5th edition of the Rallye Porsche Classic Genève to drive around the Mont-Blanc. On the agenda: 3 days of driving, nearly 500 kilometers, 3 countries crossed, 10 iconic passes, and a single motto: share the Porsche Classic passion!

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



Giorno 1 - Da Ginevra a Chamonix | 150 km

Partendo dal Porsche Classic Center di Ginevra, unico nel suo genere in Svizzera, una ventina di equipaggi erano presenti per questi tre giorni di passione. Dopo aver condiviso un buon brunch italiano, è arrivato il momento di partire! Chiave nel Neiman, roadbook alla mano, pilota e copilota sono pronti per l'avventura.

Ai piedi del Mont-Salève, i veterani sono pronti per il primo passo della giornata, il Col de la Croisette che unisce le strade del Pays Rochois. Curva dopo curva, arriviamo al Col des Aravis (alt. 1'486 m), dove la natura ci offre già un bellissimo spettacolo. Tra pascoli e cime, la prima pausa è meritata. Un caffè, una fetta di torta ai mirtili e via!

La Giétaz, Megève, Saint-Gervais-les-Bains, Servoz, Les Houches, tra villaggi iconici e strade di montagna, questo vertice bianca che non nominiamo più è ovunque! La prima tappa si conclude nella splendida Valle di Chamonix. Di fronte al Monte Bianco, pilota e copilota recuperano le forze.

Giorno 2 - Da Chamonix alla Valle d'Aosta | 225 km

Eccoci al secondo giorno! Lasciamo Chamonix attraverso il Col des Montets per raggiungere Martigny in Svizzera. Dopo aver attraversato alcuni villaggi, prendiamo la Tzoumaz e l'incredibile Col de la Croix de Coeur (alt. 2'173 m) e la sua



-/ Day 1 - Geneva to Chamonix | 150 kms

Leaving from the Porsche Classic Center in Geneva, the only one of its kind in Switzerland, about 20 teams gathered for these 3 days of passion. After having shared a good Italian brunch, it was time to set off! Key in the Neiman, roadbook in hand, pilot and co-pilot are ready for the adventure.

At the foot of the Mont-Salève, the old-timers are ready for the first pass of the day, the Col de la Croisette which joins the roads of the Pays Rochois. Turn after turn, we arrive in the ascent of the Col des Aravis (alt. 1'486m), where nature already provides a beautiful spectacle. Between pastures and summits, the first break is well deserved. A coffee, a slice of blueberry pie and off we go!

La Giétaz, Megève, Saint-Gervais-les-Bains, Servoz, les Houches, between iconic villages and mountain roads, this white summit that needs no introduction is everywhere! The first stage ends in the beautiful Chamonix Valley. Facing the Mont-Blanc, pilot and co-pilot get their strength back.

Day 2 - From Chamonix to Aosta Valley | 225 kms

Here we go for this second day! We leave Chamonix via the Col des Montets to reach Martigny in Switzerland. After crossing a few villages, we take the Tzoumaz and the incredible Col de la Croix de Coeur (alt. 2'173m) and its



Col del Petit Saint Bernard



Col des Aravis



Menthon Saint Bernard



Col del Grand Saint Bernard

strada tortuosa. In cima, il panorama delle montagne e della località di Verbier è impressionante. Passando per Sembrancher, raggiungiamo il villaggio di La Fouly, situato ai piedi di un ghiacciaio, per una meritata pausa gastronomica. Il percorso prosegue verso il mitico Col du Grand Saint Bernard (alt. 2'473) per raggiungere l'Italia. Il pomeriggio è costellato dal passaggio di villaggi pittoreschi prima di raggiungere La Salle, dove ci fermiamo per la notte.

Giorno 3 - Valle d'Aosta a Menthon-Saint-Bernard | 160 km

Ultima partenza per le nostre squadre! Lasciamo la Valle d'Aosta attraverso il primo passo, il Colle San Carlo (alt. 1'971 m). Il resto del percorso conduce al secondo passo emblematico, il Petit Saint Bernard (alt. 2'188 m). Poi la Route des Grandes Alpes per raggiungere il Cormet de Roselend e la sua diga dalle molteplici sfumature di blu. Dopo aver attraversato il Beaufortain, la tappa finale si svolge in un luogo magico, il Palace de Menthon, che costeggia il lago di Annecy, uno dei rari laghi alimentati da acque sorgive. È il momento di condividere un ultimo brunch e ammirare il panorama prima di tornare a Ginevra.



winding road. At the top, the panorama is breathtaking on the mountains and the resort of Verbier below. Passing through Sembrancher, we reach the village of La Fouly, located at the foot of a glacier, for a well-deserved gourmet break.

The road continues towards the mythical Col du Grand Saint Bernard (alt. 2'473) to reach Italy. The afternoon is punctuated by picturesque villages before reaching La Salle, where we stay for the night.

Day 3 - From Aosta Valley to Menthon-Saint-Bernard | 160 kms

Last departure for our teams! We leave the Aosta Valley through a first pass, Colle San Carlo (alt. 1'971m). The rest of the itinerary leads to the second iconic pass, Col du Petit-Saint-Bernard (alt. 2'188m). Then the Route des Grandes Alpes to reach the Cormet de Roselend and its dam with multiple shades of blue. After crossing the Beaufortain, the final stage takes place in a magical location, the Palace de Menthon, bordering Lake Annecy, one of the few lakes fed by spring water. It is time to share a final brunch and admire the view before heading back to Geneva.

Lotus Eletre : i suoi prezzi e le sue prestazioni svelate

Previsto come uno dei veicoli più innovativi della storia dell'automobile, il SUV elettrico Lotus Eletre arriverà sulle strade nel 2023.

-/ Expected to be one of the most disruptive vehicles in automotive history, the Lotus Eletre electric SUV has revealed its price tag and will hit the road in 2023.

lotuscars.com



Presentata nel marzo 2022, si prevede che sarà una delle auto più attese dell'industria automobilistica, il SUV sportivo completamente elettrico Lotus Eletre è stato finalmente svelato. Saranno disponibili tre versioni: Eletre, Eletre S ed Eletre R. La versione standard della Eletre vanta 603 CV, un tempo da 0 a 100 km/h di 4,5 secondi, una batteria da 112 kWh con un'autonomia di 600 km, cinque modalità di guida, sospensioni pneumatiche attive e fari a matrice di LED. Il prezzo di questa versione base è di 115.090 franchi svizzeri. Sarebbe possibile passare dal 10 all'80% di autonomia in 20 minuti. La Eletre S presenta le stesse specifiche tecniche, ma con l'aggiunta di uno spoiler posteriore attivo, illuminazione ambientale configurabile, soglie laterali illuminate e un sistema di monitoraggio della qualità dell'aria. L'impianto audio KEF comprende anche 23 altoparlanti. Il prezzo di questa versione sale a 143.890 franchi svizzeri.

Infine, l'Eletre R fissa l'asticella molto più in alto, sia in termini di prestazioni che di prezzo. Il più veloce SUV a doppio motore completamente elettrico di tutti i tempi costa 179.890 franchi. Per questo prezzo, la potenza è aumentata a 905 CV e, soprattutto, il tempo da 0 a 100 km/h è ridotto a 2,95 secondi. Rispetto alle altre versioni, la Eletre R offre un'altezza di marcia ridotta e impostazioni più orientate alle prestazioni. Viene introdotta anche una modalità Launch Control e saranno offerti come optional diversi allestimenti in carbonio. L'autonomia sarà 490 km. Al di là di queste cifre, il SUV è ricco di tecnologia con l'implementazione della guida autonoma di livello 4 nel futuro e, presumibilmente, la capacità di lasciare che l'auto si guidi da sola a piena potenza sul circuito del Nürburgring.... non male!

-/ Unveiled in March 2022 and predicted to be one of the most anticipated cars in the automotive industry, the Lotus Eletre all-electric sports SUV has finally been revealed. Three versions will be available: Eletre, Eletre S and Eletre R. The standard version of the Eletre boasts 603bhp, a 0-60mph time of 4.5 seconds, a 112kWh battery with a range of 600km, five driving modes, active air suspension and LED matrix headlights. The price of this base version is CHF 115,090. It would be possible to go from 10 to 80 percent range in 20 minutes. The Eletre S has the same technical specifications but with the addition of an active rear spoiler, configurable ambient lighting, illuminated side sills and an air quality monitoring system. The KEF audio system also includes 23 speakers. The price for this version rises to CHF 143,890.

Finally, the Eletre R sets the bar much higher, both in terms of performance and price. The fastest all electric dual-motor SUV of all time costs CHF 179,890. For this price, the power is increased to 905 hp and, above all, the 0 to 100 km/h time is reduced to 2.95 seconds. Compared to the other versions, the Eletre R offers a lowered ride height and more performance-oriented settings. A Launch Control mode is also introduced and various carbon fittings will be offered as options. The range will be 490 km. Beyond these figures, the SUV is packed with technology with the deployment of Level 4 autonomous driving in the future and, presumably, the ability to let the car drive itself at full power on the Nürburgring circuit.... not bad!

LONGEVITY IS A JOURNEY THAT STARTS HERE

Experience a profound change in your health and wellbeing. Immerse yourself in our stimulating environment and benefit from our pioneering fusion of longevity science and holistic wellness. Cutting-edge medicine and genetics, restorative wellbeing and expert nutritionists and coaches will bolster your vitality, enhance your immune system, and renew your body and mind.

DISCOVER OUR PROGRAMS:
Revitalisation, Master Detox, Healthy Weight and more



Book your longevity stay in Clarens-Montreux, Switzerland
reservation@laprairie.ch or call +41 21 989 34 81

www.cliniquelaprairie.com

CLINIQUE
LA PRAIRIE

SWITZERLAND



« The Showcase casse la distanza tra il marchio e il cliente finale »

Vincitrice dei premi per l'innovazione LVMH nella categoria Omnichannel & Retail, la soluzione La soluzione „The Showcase“ ha già conquistato una ventina di grandi marchi a soli 10 mesi dal lancio.

-/ Crowned at the LVMH Innovation Awards in the Omnichannel & Retail category, „The Showcase“ solution has already won over some 20 major brands, barely 10 months after its launch.

show-case.ch

Denis Hayoun e Fabrice Rabhi non nascondono la loro gioia. I due imprenditori ginevrini, entrambi attivi e azionisti di aziende del mondo dell'alta orologeria svizzera, hanno brillato in occasione della sesta edizione dei LVMH Innovation Awards, che si è svolta durante la fiera Vivattech alla Porte de Versailles dal 15 al 18 giugno di quest'anno. Quest'anno si sono candidate non meno di 950 start-up di 75 Paesi. La soluzione sviluppata dai due imprenditori, chiamata The Showcase, ha vinto il premio LVMH nella categoria Omnichannel & Retail durante la cerimonia di chiusura alla presenza di Bernard Arnault.

Capiamo il loro orgoglio dal momento che la loro soluzione, che presentano come l'anello mancante tra le vendite online e quelle fisiche, è stata lanciata sul mercato nel settembre 2021.

Un rapido riconoscimento, quindi, che saluta la rilevanza di uno strumento che mira, secondo le loro stesse parole citate in un comunicato stampa, a „rompere la distanza tra il brand e il cliente finale“ e che, inoltre, riporta e inserisce l'elemento umano nella relazione digitale. Come lo fanno? Ottimizzando la qualità (soprattutto dell'immagine) ma anche l'interattività dell'interfaccia digitale che i due imprenditori mettono a disposizione di venditori e altri presentatori di prodotti di lusso. In questo caso, stiamo parlando di orologi di fascia molto alta. L'interfaccia è un mini studio televisivo mobile, elegante, solido e maneggevole, che può essere posizionato e aperto su un tavolo in pochi secondi. È dotato di una luce gradevole e di videoconferenze integrate con condivisione di file foto e video.



-/ Denis Hayoun and Fabrice Rabhi can't hide their happiness. The two Geneva-based entrepreneurs, who are both active in and shareholders of companies in the world of fine watchmaking in Switzerland, shone at the 6th edition of the LVMH Innovation Awards, which took place during the Vivattech trade show at Porte de Versailles from June 15 to 18. No less than 950 start-ups from

75 countries applied this year. The solution developed by the two entrepreneurs, called The Showcase, won the LVMH Award in the Omnichannel & Retail category during a closing ceremony attended by Bernard Arnault.

We understand their pride since their solution, which they present as the missing link between online and physical sales, was launched on the market in September 2021.

A quick recognition therefore, which salutes the relevance of a tool aiming, according to their own words quoted in a press release, to « bridge the distance between the brand and the end customer » and which moreover, brings back and puts the human element in the digital relationship.

How does it work? By optimizing the quality (especially the image) but also the interactivity of the digital interface that the two entrepreneurs make available to salespeople and other demonstrators of luxury products. In this case, it is about very high-end watches. This interface is a mini mobile TV studio, elegant, solid and easy to handle, which can be set up and opened in a few seconds on a table. It has a flattering light as well as a built-in video conferencing system with photo and video file sharing.

CHAMPAGNE
PERRIER-JOUËT



Enchanting
 Gastronomy since 1811



OFFICIAL CHAMPAGNE PARTNER OF THE MICHELIN GUIDE



Perrier-Jouët, Champagne ufficiale della Guida Michelin

Il 17 ottobre 2022, in occasione della cerimonia di consegna delle stelle Michelin all'Ecole Hôtelière de Losanna, Perrier-Jouët è diventata ufficialmente partner della Guida Rossa.

-/ On October 17, 2022, during the Michelin Star Ceremony at the Ecole Hôtelière de Lausanne, Perrier-Jouët officially partnered with the red guide.

Perrier-Jouët is available at Globus.

Perrier-Jouët è partner ufficiale della Guida Rossa. Questa frizzante alleanza mira a celebrare la gastronomia e coloro che la producono: chef, sommelier, professionisti del servizio, senza

dimenticare, naturalmente, i raffinati buongustai. A fianco della Guida Michelin svizzera, Perrier-Jouët vuole mettere in risalto la creatività della scena culinaria di domani. Servite nei migliori locali gastronomici della Svizzera e del mondo, le cuvée della Maison sono concepite come grandi vini. Oltre 200 anni fa, Perrier-Jouët si è distinta per aver scelto lo Chardonnay come vitigno simbolo. Da allora, questo stile molto particolare, ricco di eleganza e florealità, ha ispirato i più grandi chef e valorizzato i loro menu.

-/ Perrier-Jouët and the red guide are now officially partners. This sparkling alliance aims to celebrate gastronomy and those who craft it: chefs, sommeliers, service professionals, and of course, gourmets. Alongside the Swiss Michelin Guide, Perrier-Jouët seeks to highlight the creativity of tomorrow's culinary scene.

Served in the finest gastronomic venues in Switzerland and around the world, Perrier-Jouët's cuvées are produced like great wines. Over 200 years ago, Perrier-Jouët made its mark by choosing Chardonnay as its signature grape variety. Since then, this particular style, steeped in elegance and florality, has inspired the greatest chefs and enhanced their menus.



SCOPRI LA RICETTA DI STEFAN HEILEMANN
OSTRICHE IN CAMICIA X PERRIER-JOUËT BLANC DE BLANCS

Come Stefan Heilemann al Ristorante Widder di Zurigo, Rolf Fliegau al Ristorante Ecco in Ascona o Jeroen Achtien al Ristorante Sens di Vitznauerhof, Perrier-Jouët mantiene stretti legami con i migliori ristoranti svizzeri.

„Ci piace creare significati e far vivere esperienze ai nostri clienti, per questo abbiamo voluto collaborare con Perrier-Jouët. Lo stile floreale e minerale di questo champagne esalta la freschezza della nostra cucina, i suoi sapori e gli ingredienti locali. Ma soprattutto, condividiamo valori e standard comuni, stiamo costruendo una comunità di appassionati gourmet e amici“. Stefan Heilemann, ambasciatore di Perrier-Jouët

Non lontano da lì, anche la Maison Perrier-Jouët di Epernay ospita splendidi momenti culinari. Tra queste, la „Belle Epoque Society“ introduce i visitatori nella delicatezza dell'abbinamento tra cibo e vino. Nella sontuosa cornice della sua Maison Belle Époque, Perrier-Jouët propone, ad esempio, un pranzo gastronomico interamente a base di champagne, immaginato dallo chef tre stelle Pierre Gagnaire, dal maestro di cantina Séverine Frerson e dallo chef della Maison Perrier-Jouët, Sébastien Morellon.

As with Stefan Heilemann at the Widder Restaurant in Zurich, Rolf Fliegau at the Restaurant Ecco in Ascona, or Jeroen Achtien at the Restaurant Sens in Vitznauerhof, Perrier-Jouët cultivates close ties with the finest Swiss restaurants.

“Building trust & experiences for our guests, this is the raison d'être of our collaboration with Perrier-Jouët. The floral & mineral style of the champagnes sublimates the freshness of our cuisine, with a focus on drawing out flavors of locally sourced ingredients. Most importantly, we share common values and standards, we build a community of passionate gourmets and friends.” - Stefan Heilemann, Perrier-Jouët Ambassador

Not far from there, the Maison Perrier-Jouët in Epernay also hosts wonderful culinary moments. Among them, the "Belle Epoque Society" introduces visitors to the delicacy of food and wine pairing. In the sumptuous setting of its Maison Belle Époque, Perrier-Jouët offers, among other treats, a gastronomic lunch entirely devoted to champagne, prepared by three-starred chef Pierre Gagnaire, cellar master Séverine Frerson and Perrier-Jouët's own chef, Sébastien Morellon.



KI NO BI made in Japan

Famoso per i suoi whisky, il Giappone possiede anche un vero e proprio know-how nella produzione del gin. KI NO BI, il primo gin artigianale di Kyoto, rivela sapori tanto inaspettati quanto complessi.

-/ Famous for its whiskies, Japan also has a real know-how in the making of gin. KI NO BI, the first artisanal gin from Kyoto, reveals flavours as surprising as they are complex.

Il Giappone sta diventando una terra di whisky e una terra di gin? KI NO BI, ovvero „bellezza delle stagioni“ in giapponese, può comunque vantarsi di essere un pioniere nella categoria premium dei gin giapponesi.

Creato da due inglesi che amano il Giappone e sono ben noti nel mondo degli alcolici, David Croll e Marcin Miller, KI NO BI rivela la squisita abilità artigianale di Kyoto. È in questa regione, rinomata per la purezza dell'acqua e del riso, che viene prodotto questo tesoro. Il complesso processo di produzione è portato avanti da due rinomati distillatori: Alex Davies dall'Inghilterra e Yoichi Motoki dal Giappone.

KI NO BI trae le sue note asiatiche dalle 11 erbe chiave che lo compongono, combinate con alcool di riso e acqua pura proveniente dal famoso distretto di produzione del sake di Fushimi. Base, agrumi, tè, erbe, spezie, frutta e fio-

-/ Land of whiskies, is Japan on its way to becoming the land of gin? KI NO BI, or "beauty of the seasons" in Japanese, can in any case pride itself on being a pioneer in the premium Japanese gin category.

Created by two Englishmen who love Japan and are well known in the liquor world, David Croll and Marcin Miller, KI NO BI reveals the exquisite craftsmanship of Kyoto. It is in this region, renowned for the purity of its water and rice, that this treasure is produced. The complex production process is carried out by two renowned distillers: Alex Davies from England and Yoichi Motoki from Japan.

KI NO BI draws its Asian notes from the 11 key botanicals that make it up, combined with rice alcohol and pure water from the famous Fushimi sake brewing district. Base, citrus, tea, herbs, spices, fruits and flowers...KI NO BI



ri... KI NO BI si affida a sei diversi profili aromatici, sempre lavorati singolarmente per essere miscelati nelle giuste proporzioni. Lo yuzu giallo proveniente dal nord della prefettura di Kyoto, i trucioli di legno hinoki, il bambù, il tè gyokuro della regione di Uji e le bacche di sanshō verde conferiscono al gin KI NO BI un gusto unico ed esotico.

KI NO BI può essere gustato in tre versioni: il classico Kyoto Dry Gin, KI NO TEA e KI NO BI SEI. Un'alternativa interessante per accompagnare un pranzo o una cena, il gin giapponese KI NO BI può essere gustato come cocktail. In questa forma, è paragonabile al vino o al sakè in termini di contenuto alcolico e si sposa particolarmente bene con la cucina giapponese. Dal novembre 2022, questo gin eccezionale è disponibile anche in una nuova collezione ultra-limitata di 75 esemplari, di cui 5 disponibili in Svizzera: la KI NO BI Founder's Legacy Collection. Questo set comprende i classici KI NO BI, KI NO BI SEI, KI NO TEA, nonché le edizioni G e K. L'intero set è contenuto in una scatola di legno Kiribako.

relies on six different flavour profiles, always worked individually to be blended in the right proportions. Yellow yuzu from the north of Kyoto district, hinoki wood chips, bamboo, gyokuro tea from the Uji region and green sanshō berries give KI NO BI its unique and exotic taste.

KI NO BI can be enjoyed in three versions: the classic Kyoto Dry Gin, KI NO TEA, and KI NO BI SEI. An interesting alternative to accompany a lunch or dinner, KI NO BI Japanese gin can be enjoyed as a cocktail. In this form, it is comparable to wine or sake in terms of alcohol content, and goes particularly well with Japanese cuisine.

Since November 2022, this exceptional gin has also been available in a new, ultra-limited collection of 75 pieces, including 5 in Switzerland: the KI NO BI Founder's Legacy Collection. This set includes the classics KI NO BI, KI NO BI SEI, KI NO TEA, as well as the G and K Editions. The whole set is housed in a Kiribako wooden box.



H24, L'EAU DE PARFUM HERMÈS

hermes.com



L'eau de parfum

H24 è la prima espressione olfattiva dell'uomo contemporaneo secondo Hermès. Perseguendo il suo sogno vegetale, Christine Nagel infonde nuova ampiezza e intensità alla firma H24 con l'eau de parfum.

Una fragranza vivace, sensuale e luminosa che coltiva un audace ibrido tra

-/ The eau de parfum

H24 is the first olfactory expression of the contemporary man according to Hermès. In keeping with her botanical dream, Christine Nagel breathes new amplitude and intensity into the H24 signature with the eau de parfum. A lively, sensual and luminous fragrance that cultivates a daring hybridization of nature

natura e tecnologia. Una fusione di salvia avvolgente, narciso elettrico, legno di rosa rinvigorente e una nota calda e metallica di sclarea.

I segreti di un oggetto

La nuova intensità della fragranza è incarnata dal flacone di vetro cesellato di H24, disegnato da Philippe Mouquet. Un oggetto ricaricabile dalle linee aerodi-

and technology. A fusion of enveloping sage, electric narcissus, invigorating rosewood and a warm, metallic sclareen note.

The secrets of an object

The new intensity of the fragrance is embodied in the light-chiseled glass bottle of the H24, designed by Philippe Mouquet. A refillable ob-

namiche, un astuccio in carta 100% riciclata e riciclabile ornato da una rete verde lime che definisce e apre lo spazio.

La linea H24 lancia una linea completa di cinque prodotti per la cura dell'uomo, estendendo l'approccio eco-responsabile della fragranza. Un concentrato di energia vegetale per tutti i tipi di pelle in cerca di sollievo e di riconnessione con la natura.

ject with aerodynamic lines, a 100% recycled and recyclable paper case adorned with a lime green net that defines and opens up the space. The H24 line launches a complete line of five care products for men, extending the eco-responsible approach of the perfume. A concentrate of plant energy for all skin types in search of soothing and reconnection with nature.

CAUDALIE

PARIS

Resveratrol—Lift

The best collagen?
Yours. Boost it.

Pioneer of Resveratrol, one of the most effective and natural molecules against wrinkles, Caudalie has teamed up with Harvard Medical School to create an innovative patent: Resveratrol + Hyaluronic Acid + Vegan Collagen Booster.

This patented trio of active ingredients stimulates natural collagen production by 5x, and hyaluronic acid production by 2x⁽¹⁾.

Visible results

95% of women found their skin to be firmer⁽²⁾.

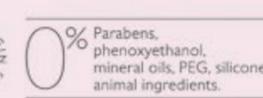


Your exclusive firming offer

Get a free 15ml Firming Cashmere Cream when you buy one Instant Firming Serum.⁽⁵⁾



N°1 anti-ageing range in France⁽⁴⁾



AVAILABLE ON CAUDALIE.COM AND RETAIL PARTNERS

(1) In vitro genetic test. (2) Clinical study: % of satisfaction, 42 women, 56 days. (3) Photo volunteer, after using the Resveratrol-Lift serum, day cream and night cream during 30 days. Unretouched photo. (4) GERSDATA - SOG EARLY - Facial care category - Anti-ageing segment - based on sales in the pharmacy distribution channel - in France - on the CMA in January 2022. (5) Offer valid on caudalie.com, in Caudalie Boutique SPAs and in selected stores. Cannot be combined with another offer, while stocks last. Non-binding pictures.

Quali sono i profumi più afrodisiaci?

Benché il profumo sia il più soggettivo di tutti i campi, ci sono alcune fragranze che mettono tutti d'accordo quando si tratta di attrazione. Sulla base di dati scientifici, combinati con le valutazioni dei consumatori sul sito web di Fragrantica, gli esperti di OnBuy Women's Perfume hanno stilato una classifica dei profumi più afrodisiaci.

-/ While fragrance is the one of the most subjective areas of all, there are certain scent notes that everyone agrees on when it comes to attraction. Based on scientific data, combined with consumer ratings on the Fragrantica website, the experts at OnBuy Women's Perfume have come up with a ranking of the most aphrodisiac scent notes.

Jacob Decasa



1. La zucca

In cima al podio, la zucca, con i suoi accenti dolci che evocano il comfort dei dolci, è la nota olfattiva preferita degli uomini. In combinazione con la lavanda, si dice addirittura che aumenti il flusso sanguigno del 40%. Con Fabulous Me di Paco Rabanne, la zucca viene svelata.

-/ Topping the list, pumpkin, with its sweet accents that evoke the comfort of sweets, is the favorite olfactory note among men. Combined with lavender, it even increases blood flow by 40%. In Fabulous Me by Paco Rabanne, pumpkin takes center stage.

2. La cannella

Misteriosa e speziata, la cannella è una firma delle fragranze orientali, forse la più seducente. Opium, di

YSL.

-/ Mysterious and spicy, cinnamon is a signature of oriental fragrances, perhaps the most bewitching. A good example: Opium, by Yves Saint Laurent.

3. La Champaca

Le note dolci della champaca, un fiore imparentato con la magnolia, conferiscono ai profumi che la contengono una nota di lusso ed esotismo. In J'adore di Dior, la champaca irradia.

-/ The sweet notes of champaca, a flower cousin of magnolia, give a touch of luxury and exoticism to perfumes. In Dior's J'adore, the champaca radiates.

4. La vaniglia

Se evoca la dolcezza dell'infanzia e dei dolci, la vaniglia, al quarto posto tra le note

olfattive afrodisiache, è uno degli ingredienti più carichi di carnalità in profumeria. Utilizzato in dose eccessiva in Shalimar, la sua dolcezza cremosa lo rende una delle fragranze più sensuali al mondo.

-/ If it evokes the sweetness of childhood and sweet desserts, vanilla, in fourth place among aphrodisiac olfactory notes. Used to great effect in Shalimar, its creamy sweetness makes it one of the most sensual fragrances in the world.

5. La lavanda

Sinonimo di freschezza, la lavanda evoca immediatamente una nozione di purezza e di eleganza naturale. Queste caratteristiche si ritrovano in Lavender Extreme di Tom Ford.

-/ Synonymous with freshness, lavender instantly evokes a notion of purity

and natural chic. All of these characteristics are found in Lavender Extreme by Tom Ford.

6. Tuberosa

È il fiore più carnale della profumeria, quello che richiama la sensazione di pelle calda con le sue inflessioni lattiginose. La tuberosa, al sesto posto, è decisamente bestiale in Gabrielle Chanel Essence.

I quattro fiori bianchi cari a Mademoiselle sono i re: tuberosa di Grasse, gelsomino, ylang-ylang e fiori d'arancio.

-/ This is the most carnal flower in perfumery, the one that recalls the sensation of warm skin with its milky inflections. Tuberose, in sixth place, is downright bestial in Gabrielle Chanel Essence. The four white flowers dear to Mademoiselle are queens there: tuberose of Grasse, jasmine, ylang-ylang and orange flower.

CHOSEN BY THE BEST



L'Istante Clarins

clarins.ch

LASH & BROW DOUBLE FIX' MASCARA, LE CIGLIA E LE SOPRACCIGLIA SONO SOTTO CONTROLLO

A 20 anni dalla sua prima versione, l'iconico Double Fix' Mascara viene sostituito con Lash & Brow Double Fix' Mascara. Questo top coat, fedele compagno delle donne in ogni momento della loro vita, è un vero e proprio doppio agente: „impermeabilizza“ le ciglia con il suo gel totalmente invisibile e si applica sopra il mascara abituale per renderlo resistente all'acqua e al sudore. Applicato sulle sopracciglia, sia nude che truccate, disciplina e fissa perfettamente la loro forma e rafforza la tenuta del trucco.

-/ LASH & BROW DOUBLE FIX' MASCARA, KEEPING YOUR LASHES AND BROWS IN CHECK

20 years after its very first version, the iconic Double Fix' Mascara is making way for Lash & Brow Double Fix' Mascara. This top coat - a faithful partner for women at every moment of their lives - is a true double agent: It „waterproofs“ lashes with its totally invisible gel and is applied over your usual mascara to make it water and perspiration resistant. Applied to eyebrows, whether bare or made-up, it perfectly disciplines and fixes their shape and reinforces make-up hold.



SOS LASHES SERUM MASCARA, BELLEZZA FINO ALLA FINE DELLE CIGLIA

Le vostre ciglia sono danneggiate da una cattiva rimozione del trucco, dalle extension o dall'uso frequente di un piegaciglia e tendono ad essere meno piene? Clarins mette al vostro servizio i suoi 67 anni di esperienza! Il nuovo trattamento per le ciglia - metà mascara, metà cura - tanto efficace quanto facile da applicare: SOS Lashes Serum Mascara. Dà volume, lunghezza e densità, curvatura e definizione. Le ciglia sono 3 volte più voluminose, più spesse e il risultato è naturale, in soli 28 giorni di utilizzo.

Il segreto? Una formula per la cura della pelle composta al 96% da estratti vegetali scelti per la loro efficacia mirata in una texture gel ipersensibile, un pizzico di pigmenti di caramello disidratati usati come coloranti e un pizzico di agenti di tenuta.

-/ SOS LASHES SERUM MASCARA, BRINGING BEAUTY ALL THE WAY TO YOUR LASHES

Your lashes are damaged by poor make-up removal, extensions or frequent use of an eyelash curler and tend to be thinner? Clarins has 67 years of experience at your service! The new make-up solution for lashes - half mascara, half care - is as effective as it is easy to apply: SOS Lashes Serum Mascara. It provides volume, length and density, curvature and definition. The lashes are 3 times more plentiful, thicker, for a truly natural result, in just 28 days of use.

How does it work? A care formula made up of 96% plant extracts chosen for their targeted effectiveness in a hyper-sensory gel texture, a hint of dehydrated caramel pigments used as a colorant and a pinch of holding agents.

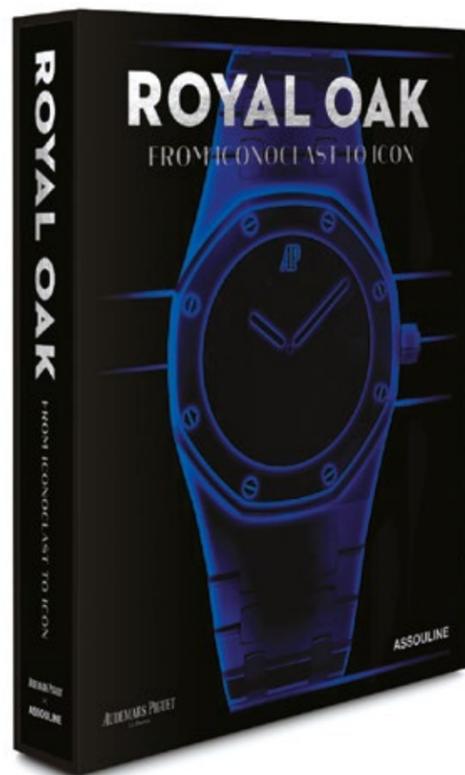


GRAND MONTANA
GENÈVE
LAUSANNE
VERBIER
ZÜRICH

NOTSHY
CASHMERE

UN LIBRO INEDITO PER IL 50° ANNIVERSARIO DI ROYAL OAK

audemarspiguet.com



La manifattura svizzera di alta orologeria Audemars Piguet e la prestigiosa casa editrice Assouline celebrano il 50° anniversario del Royal Oak con un libro dedicato intitolato *Royal Oak: The Story of an Iconoclast Turned Icon*. Scritto da Bill Prince, rinomato giornalis-

ta culturale ed ex vice caporedattore della rivista GQ, il libro presenta la storia del Royal Oak in un contesto culturale globale, mettendo in evidenza nuovi materiali d'archivio scoperti dal Dipartimento Heritage di Audemars Piguet e testimonianze esclusive di amici di lunga data del marchio.

Concepito dalle due entità come un'opera di riferimento e un oggetto senza tempo a immagine e somiglianza della Royal Oak, questo libro testimonia il loro sforzo congiunto per creare un artefatto culturale duraturo in grado di attraversare le generazioni.

-/ The Swiss Haute Horlogerie manufacturer Audemars Piguet and the prestigious publishing house Assouline celebrate the 50th anniversary of the Royal Oak with a dedicated book entitled *Royal Oak: Story of an iconoclast who became an icon*. Written by Bill Prince, renowned cultural jour-

nalist and former deputy editor of the English magazine GQ, the book presents the history of the Royal Oak in a global cultural context while highlighting new archival material discovered by the department.

Heritage of Audemars Piguet and exclusive

testimonials from longtime friends of the brand.

Designed by the two entities as a reference work and a timeless object in the image of the Royal Oak, this book attests to their joint effort to create a lasting cultural artefact, capable of spanning generations.



ABYSS
 H

HYSEK INTERNATIONAL
 Paris : 33 avenue Victor Hugo - 44 rue François 1^{er} - MAJESTIC 38, 38 Rue François 1^{er}
 Dubai : Boutique HYSEK, Dubai Mall
hysek.swiss - @hysekofficial

HYSEK

La nuova Nautilus

Patek Philippe rende omaggio al suo modello culto Nautilus con tre nuove varianti sull'eleganza sportiva, tra cui l'erede della famosa referenza 5711.

-/ Patek Philippe pays tribute to its cult Nautilus model by presenting three new casually elegant variations including the successor of the legendary Ref. 5711.

patek.com



Patek Philippe presenta una nuova evoluzione di un design leggendario introdotto nel 1976 con il Nautilus referenza 3700, di cui la referenza 5711 (lanciata nel 2006 per il 30° anniversario del Nautilus e uscita nel 2021) è l'espressione più recente.

Con un diametro leggermente superiore (41 mm contro 40 mm), questo Nautilus referenza 5811/1G-001 in oro bianco con quadrante blu sfumato nero „sunburst“ si distingue anche per diverse caratteristiche tecniche ed estetiche. La cassa, impermeabile fino a 120 m e costruita in due pezzi - in omaggio ai modelli Nautilus originali del 1976 - è abbinata a un nuovo sistema a linguetta (in attesa di brevetto) che consente di estrarre lo stelo di carica dal lato del quadrante - un dispositivo che sostituisce il precedente sistema a „stelo spezzato“. Il calibro 26-330 S C a carica automatica, visibile attraverso il fondello trasparente in zaffiro, è dotato di un „arresto dei secondi“ per garantire la precisione dell'ora al secondo.

I cinturini delle referenze Nautilus 5990/1A-011, 5712/1R-001 e 5811/1G-001 sono dotati di una chiusura déployante brevettata Patek Philippe, assicurata da quattro punti di attacco indipendenti, nonché di un nuovo sistema di chiusura „ease-of-use“ che consente di allungare l'orologio di 2 o 4 mm.



-/ Patek Philippe presents a new evolution of a legendary watch design that was launched with the Ref. 3700 Nautilus in 1976, of which the Ref. 5711 (launched in 2006 for the 30-year anniversary of the Nautilus and retired from the collection in 2021) was the most recent iteration.

It is followed by the new Ref. 5811/1G-001 Nautilus that has grown slightly from 40 to 41 mm. It comes in white gold and a blue sunburst dial with a black gradation as well as several technical and aesthetic refinements.

The case is water-resistant to 120 meters and composed of two parts - an interesting reminiscence of the original 1976 Nautilus. It features a new pull-out piece lever system (patent pending) that allows the winding stem to be pulled out from the dial side. The self-winding caliber 26-330 S C can be seen through the sapphire-crystal case back. Its stop-seconds mechanism allows the time to be set with one-second accuracy.

The bracelets of the Nautilus Refs. 5990/1A-011, 5712/1R-001 and 5811/1G-001 are fitted with a patented Patek Philippe fold-over clasp that is secured with four independent catches. Additionally, they have a new lockable adjustment system with which the bracelets can be easily, quickly and safely adjusted by 2 or 4 mm.



Il Nautilus con data a lancetta, fasi lunari e indicatore della riserva di carica referenza 5712/1R-001 (calibro 240 PS IRM C LU extra-piatto a carica automatica) viene reinterpretato in una nuova versione che abbinata a cassa e bracciale in oro rosa a un quadrante marrone „sunburst“ con sfumatura nera.

Il quadrante mostra le tre complicazioni in una disposizione originale e perfettamente leggibile. La cassa impermeabile 60 m, la lunetta ottagonale e il comodo bracciale integrato sono impreziositi da un elegante contrasto di finiture lucide e satinato, tutte realizzate a mano.

-/ The Ref. 5712/1R-001 Nautilus with an analog date, moon phases, and a power-reserve indicator (ultra-thin self-winding caliber 240 PS IRM C LU) comes in a new version that combines a rose-gold case and bracelet with a brown sunburst dial and a delicate black gradation to the outside. The displays of the three complications are arranged in an unusual but very legible way. The case, water resistant to 60 meters, the octagonal bezel, and the comfortable integrated link bracelet are enhanced with the elegant contrast of polished and satin finishes applied entirely by hand.



Il Nautilus Dames è disponibile in una nuova versione gioiello in cui i riflessi dell'oro rosa si combinano armoniosamente con le calde sfumature della spessartite. Questo Nautilus Joaillerie referenza 7118/1300R-001 si distingue per la lunetta incastonata con 68 pietre di taglio baguette che compongono una doppia gradazione che va dai toni „cognac“ a ore 12 e ore 6 ai toni „champagne“ a ore 9 e ore 3.

Il quadrante completa l'armonia cromatica con undici indici incastonati con spessartite „cognac“ a forma di ogiva. Il calibro 324 S C a carica automatica è visibile attraverso il fondello trasparente in zaffiro. Il bracciale è dotato di una chiusura pieghevole brevettata Patek Philippe, fissata da quattro punti di attacco indipendenti.

-/ The Nautilus ladies' watch comes in a new jewelry version in which the subtle shimmer of rose gold harmonizes with the warm color nuances of spessartite gems. The Ref. 7118/1300R-001 Nautilus Joaillerie has a bezel with 68 baguette-cut spessartites that show a fascinating double-color gradation: one between the cognac-colored stones at 12 and 6 o'clock, the other between the champagne-colored stones at 9 and 3 o'clock. This color harmony is rounded out by the dial on which eleven ogive-shaped, cognac-colored spessartites serve as hour markers. The self-winding caliber 324 S C movement can be admired through the sapphire-crystal case back. The bracelet is secured with a patented Patek Philippe fold-over clasp that has four independent safety catches.

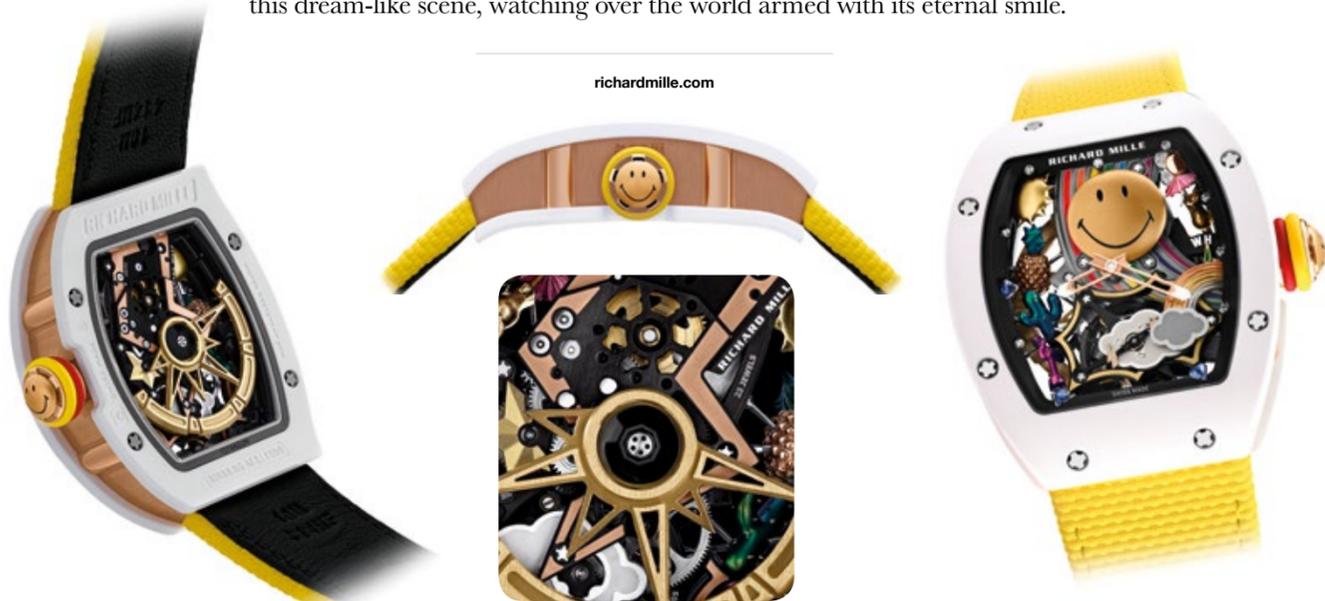


RM 88 Tourbillon automatico Smiley, un sogno a occhi aperti

orologio straordinario. Una creazione unica e sorprendente. Come il primo atto di un'opera teatrale, con il calibro come palcoscenico in cui le figurine sembrano contendersi il ruolo di protagonista. In questa scena da sogno ge il volto radioso dello Smiley, che veglia sul mondo armato del suo eterno sorriso.

-/ It's a stunning watch. A unique and surprising creation. Like the first act of a play, with the calibre as the stage where the figurines appear to be jostling to play the leading role. The Smiley's radiant face stands out from this dream-like scene, watching over the world armed with its eternal smile.

richardmille.com



Un'azienda a conduzione familiare, come The Smiley Company, Richard Mille innova per sviluppare orologi che sono allo stesso tempo impegnativi ed estremi nel loro design e nella loro produzione. Con questi modelli atipici, perfino divisivi, il marchio ama suscitare nuove emozioni e generare vere e proprie esperienze corporee che generano sensazioni inedite. Lungi dall'allontanarsi da questa regola, l'RM 88 Tourbillon Automatique Smiley la sublima sempre di più.

Oggetto di abilità tecnica e creatività, nato da tre anni di sviluppo, il calibro automatico tourbillon CRMT7 dispiega i suoi elementi ornamentali, che sono tante gioiose emanazioni dell'universo Smiley: un fiore in piena fioritura, un sole caldo, un ananas goloso, un cactus rigenerante, un fenicottero rosa e un arcobaleno fiammeggiante... Un cocktail gioioso che assaporiamo goccia a goccia, come suggerisce il bicchiere di questo quadro.

Le parole di Cécile Guenat, direttrice dello sviluppo e della creazione, risuonano quando evoca "gli elementi di un arredamento che sono apparsi spontaneamente nella stanza in seguito a un'esplosione intorno alla gabbia dell'idromassaggio". Dimensioni della cassa: 48,15 mm x 39,74 mm x 13,30 mm. Edizione limitata di 50 pezzi.

-/ Like The Smiley Company, Richard Mille — a family business if ever there was one — innovates to develop provocative watches that are extreme in their production demands. Through these atypical models, the brand seeks to generate new emotions, opening up a physical connection to stimulate sensation. Far from neglecting this rule, the RM 88 takes it to new heights.

A highly technical and creative object born of three years of development, the CRMT7 in-house automatic tourbillon calibre and each of the decorative elements that it incorporates are joyous emanations of the Smiley world: a blooming flower, a hot sun, a delicious pineapple, a burgeoning cactus, a pink flamingo and a vivid rainbow... All this makes for a festive cocktail to be tasted drop by drop, as the glass present in the scene suggests. The words of Cécile Guenat, Creative and Development Director, come to mind, evoking 'the decorative elements are spontaneously placed in the watch, following an explosion around the tourbillon carriage'. Such was the creative spark, the starting point of intensely original work on a colourful movement. Even the figural small-seconds hand plays its part, attached to a cloud, carrying a sun and a golden lightning bolt at its extremities on its rotational round. Case dimensions: 48.15 mm x 39.74 mm x 13.30 mm. Limited edition of 50 pieces.



SEE THE WORLD
IN A NEW LIGHT

THE ALL-ELECTRIC
GENESIS GV60



Genesis GV60: consommation électrique 19,1-17,0 kWh/100 km, émissions de CO₂: 0 - 0 g/km (WLTP).

IT'S ABOUT TIME
GENESIS.COM

Il Rolex con la corona a sinistra !

Ecco un orologio particolare che sta già facendo molto rumore: questo GMT-Master II ha tutti gli ingredienti per suscitare l'avidità dei collezionisti.

-/ Here is a particular watch which already causes a lot of talk: this GMT-Master II has everything to arouse the collectors' envy.

Di Jacob Decasa



Nel modello originale del 1955, il disco graduato bicolore delle 24 ore (rosso per il giorno e blu per la notte) è realizzato in plexiglas.



Quando il Concorde superò la barriera del suono negli anni '60, Rolex annunciò che i due piloti collaudatori indossavano un GMT-Master. Le lancette „Concorde“ sono visibili qui.



GMT Master 1675 del 1978. Diametro di 40 mm, sormontato da una rara e bellissima lunetta blu „Blueberry“ con graduazione di 24 ore. Quadrante nero con indici luminescenti. Lancette Mercedes e lancetta centrale dei secondi.



1982, lancio del GMT-Master II. Il nuovo calibro consente di regolare la lancetta delle ore indipendentemente dalle altre lancette.



2005, GMT-Master II con disco Cerachrome graduato 24 ore in ceramica nera.

Il GMT-Master nasce nel 1955, progettato da Rolex per gli equipaggi della compagnia aerea Pan Am. L'obiettivo era quello di aiutare i piloti a conoscere l'ora simultaneamente in due punti del globo. Se la prima versione aveva un diametro di 36 mm, le dimensioni sono aumentate a 40 mm nel 1959. Nel 1982 fa la sua comparsa l'erede diretto, il GMT-Master II, con una lancetta indipendente delle 24 ore e un vetro zaffiro. Qualunque sia la sua versione, la sua larghezza o il suo periodo di origine, un Rolex GMT costituisce oggi un ricercatissimo oggetto del desiderio.

Il „Sprite“, dovrebbe ovviamente continuare a esercitare questo fascino. Perché dovrebbe farlo? In primo luogo, perché ha un caricatore posizionato sul lato sinistro della cassa. Se questa configurazione invertita, spesso chiamata „orologio per mancini“, non è rara, rimane comunque poco diffusa sul mercato. In Rolex, solo pochi esemplari sono stati equipaggiati con questa architettura negli anni '40 e '50. Ma la finestrella della data rimase posizionata a ore 3 e questi pezzi molto riservati non vennero commercializzati. Cosa vediamo oggi? Nel nuovo GMT-Master II vintage 2022, la corona si trova a sinistra e la data a ore

-/ The GMT-Master was born in 1955, thought up by Rolex for the crews of the Pan Am company. It was designed to help pilots to know the time simultaneously in two points of the globe. If the first version had a diameter of 36 mm, the size increased to 40 mm in 1959. In 1982, its direct heir, the GMT-Master II, was introduced, gaining an independent 24-hour hand and a sapphire crystal. Whatever its version, its width or its era of birth, a Rolex GMT is today a highly sought-after item.

The «Sprite» should obviously perpetuate this attractiveness. Why? First of all, because it has a winder placed on the left side of the case. If this inverted configuration, often called «left-handed watch», is not extremely rare, it is nevertheless not very frequent on the market. At Rolex, only a few of the company's timepieces had this architecture during the 1940s and 1950s. But the date window remained positioned at 3 o'clock, and these very confidential pieces were not marketed. What do we see today? On the new GMT-Master II 2022, the crown is on the left and the date at 9 o'clock. A double revolution, so to speak.

To achieve this result, the caliber 3285 was rotated 180 degrees inside the case.



9. Una doppia rivoluzione, per così dire. Per ottenere questo risultato, il calibro 3285 è stato ruotato di 180 gradi all'interno della cassa.

„Questo spostamento ha richiesto alcuni aggiustamenti tecnici al movimento e, come parte della certificazione di Cronometro Superlativo, il protocollo e alcuni dei test finali hanno dovuto essere adattati,“ ha dichiarato Rolex.

Un altro fattore di novità: mai prima d'ora una lunetta Rolex aveva combinato il verde e il nero. Naturalmente, questa lunetta girevole bidirezionale graduata su 24 ore, che lavora in simbiosi con la lancetta supplementare, verde con punta bianca, che gira intorno al quadrante in 24 ore, conserva tutta la sua utilità poiché permette di conoscere l'ora di due fusi orari contemporaneamente. Come tutti gli orologi professionali Rolex, il GMT Master II è perfettamente leggibile al buio grazie al display Chromalight ad alta intensità.

Precisiamo che questo orologio è realizzato in Oystersteel particolarmente resistente, che il calibro automatico è dotato di una spirale Parachrom blu che offre una maggiore resistenza agli urti e alle variazioni di temperatura, e si capirà che questo GMT-Master II, al di là del suo interesse estetico e del suo potenziale profilo collezionistico, conserva soprattutto la sua reputazione di orologio destinato ai viaggiatori, ai globetrotter. Mancini o destri... Insomma, ci piace!

«This shift required some technical adjustments to the movement and, as part of the Superlative Chronometer certification, the protocol as well as part of the final tests had to be adapted,» says Rolex.

Another new factor: never before has a Rolex bezel combined green and black. Of course, this bi-directional rotating bezel graduated over 24 hours, working in symbiosis with the additional green hand with white tip, which circles the dial in 24 hours, remains useful because it allows the time of two time zones to be known simultaneously.

Like all Rolex professional watches, the GMT Master II is perfectly readable in the dark thanks to a high intensity Chromalight display.

Let's specify that this watch is made of particularly resistant Oystersteel, that the automatic caliber is equipped with a blue Parachrom balance spring offering a greater resistance to shocks as well as to temperature variations, and we will understand that this GMT-Master II, beyond its aesthetic interest and its potential collector's profile, preserves above all its reputation of watch intended for travelers, globetrotters.

Left or right-handed... In short, we love it!



Richard Mille sta superando i limiti del possibile con una nuova sfida: quella dell'ultrapiatto.

Nel 2021, Ferrari e Richard Mille, spinti dallo stesso desiderio di perfezione, hanno unito le forze in una partnership a lungo termine. Richard Mille inaugura questa storia emergente con la creazione di un eccezionale segnatempo ultrasottile: l'RM UP-01 Ferrari

-/ In 2021, Ferrari and Richard Mille, driven by the same quest for perfection, have joined forces in a long-term partnership. Richard Mille is inaugurating this budding story by creating an exceptional ultra-flat timepiece: the RM UP-01 Ferrari.

richardmille.com

Richard Mille, conosciuto per le sue innovazioni tecniche più audaci e per l'uso di materiali high-tech rivoluzionari, continua a conquistare il mondo dell'automobile. Infatti, la marca di orologi estremista ha appena concluso una nuova e inedita collaborazione quinquennale con il costruttore Ferrari, svelando un UFO che spinge ancora una volta i limiti del possibile con una nuova sfida: quella dell'ultrapiatto. È iniziata l'era dell'RM UP-01 Ferrari.

Una finezza mai eguagliata

Un orologio che non è mai stato visto prima e che potrebbe essere descritto come totalmente „a parte“ nel catalogo Richard Mille. L'RM UP-01 Ferrari - questo il nome della nuova referenza - non è infatti solo un nuovo orologio.

Si tratta di un vero e proprio UFO orologiero che stravolge i codici tradizionali del settore per la sua forma, le sue finiture, la sua cassa, il suo movimento ma soprattutto le sue dimensioni. L'RM UP-01 Ferrari è diventato - dopo che Bulgari si è recentemente aggiudicato questo prestigioso titolo, succedendo a Piaget con 1,8 mm per l'Octo Finissimo Ultra - l'orologio più sottile al mondo e il nuovo punto di riferimento con cui l'orologeria ultrasottile si misurerà d'ora in poi.

Un'ispezione più accurata rivela una cassa spessa 1,75 mm. „È lo spessore di un Compact Disc, un record di sottigliezza mai raggiunto in oltre 20 anni. Sarà anche un record mondiale, ma non è questo che ci ha spinto a venire qui. Soprattutto, è un successo e un importante passo avanti per Richard Mille“, sottolinea Tim Malachard, direttore marketing della casa orologiera,

-/ Richard Mille, known for its wildest technical innovations and its use of revolutionary high-tech materials, continues its conquest of the automotive world. Indeed, the extreme watchmaker has just sealed a new five-year partnership with Ferrari, unveiling a UFO that once again challenges the limits of reality with a new challenge: the ultra-flat. The era of the RM UP-01 Ferrari has begun.

An unprecedented finesse

A watch unlike anything seen before and one that could be described as totally „apart“ in the Richard Mille catalog. The RM UP-01 Ferrari - the name of this new reference - is in fact not just another timepiece.

It is a real watchmaking UFO that shakes up the traditional codes of the field by its shape, its finishes, its casing, its movement but especially its size. For the RM UP-01 Ferrari has simply become - after Bulgari recently won this prestigious title, succeeding Piaget with a thickness of 1.8 mm for the Octo Finissimo Ultra - the thinnest watch in the world and the new benchmark against which ultra-thin watchmaking will be measured from now on.

Up close, that makes the case 1.75 mm thick. „In other words, that of a Compact Disc, a record for thinness never achieved in over 20 years. It may be a world record, but that's not what motivated us here. It is above all a success and a major step forward for Richard Mille,“ emphasizes Tim Malachard, marketing director of the watchmaking company, who also points out that „the watch should not be perceived as a Concept Watch but as a piece that retains a traditional watchmaking DNA, and that can be worn on a daily basis in all circumstances. Everyday, sure, but provided you pay the price, since the RM UP-01 Ferrari, limited to 150 pieces, will cost its purchaser a significant price...



che precisa anche che „l'orologio non deve essere percepito come un Concept Watch, ma come un pezzo che conserva un DNA orologiero tradizionale e che può essere indossato quotidianamente e in ogni circostanza“. Quotidianamente, certo, ma a condizione di pagare il prezzo, visto che l'RM UP-01 Ferrari, limitato a 150 esemplari, costerà all'acquirente una cifra considerevole...

50 prototipi, 6'000 ore di lavoro e vari brevetti

„Tutto ciò che abbiamo messo in atto e imparato negli ultimi vent'anni, tutto il nostro know-how ha dovuto essere dimenticato per arrivare a questo progetto straordinario, la cui finitura ha richiesto più tempo della produzione del pezzo stesso. Una parentesi che ha lasciato i nostri team liberi di creare un nuovo universo Richard Mille. Una necessità per rintracciare gli ultimi millimetri di spessore come la Ferrari, alla perpetua ricerca di millesimi di secondo in pista“, confida il direttore marketing dell'azienda indipendente. In effetti, una cinquantina di prototipi sono stati prodotti durante circa 6'000 ore di sviluppo e test in laboratorio per arrivare al pezzo finale „il cui progetto iniziale, ultra-segreto, è nato in realtà diversi anni fa, ben prima che Ferrari e Richard Mille si riunissero“, aggiunge Tim Malachard.

Richard Mille ha voluto mantenere una costruzione tradizionale, che consiste in un motore assemblato in una cassa, ma senza utilizzare il fondo della cassa come piastra. L'orologiaio ha quindi deciso di distribuire su una superficie più ampia ciò che non poteva disporre in altezza, creando così una perfetta armonia tra calibro e cassa, ognuno dei quali garantisce la rigidità dell'altro. Per quanto riguarda la cassa, Richard Mille ha scelto il titanio grado 5 per la platina e i ponti scheletrati, mentre il sistema di carica è stato completamente ripensato. La cassa impermeabile da 10 metri a forma di „barile“ è spessa solo 1,75 mm e pesa 30 grammi, compreso il cinturino.

Infine, sotto il cofano, troviamo un sottilissimo movimento a carica manuale RMUP-01 sviluppato con Audemars Piguet - Renaud e Papi (1,18 mm di spessore per un peso di 2,82 grammi) ma dotato di 45 ore di riserva di carica. Questo grazie alla totale riprogettazione dello scappamento e del bariletto per ottenere, ancora e ancora, finezza. Complimenti!



Charles Leclerc

50 prototypes, 6'000 hours of work and various patents

„All that we have put in place and learned over the last two decades, all our know-how had to be forgotten to achieve this extraordinary project, the finishing of which required more time than the manufacturing of the piece itself. A parenthesis that left our teams free to create a new Richard Mille universe. A necessity in order to track down the last millimeters of thickness like Ferrari, in perpetual quest of thousandths of a second on the track“, confides the marketing director of the independent company. In fact, about fifty prototypes were produced during some 6,000 hours of development and laboratory tests to reach the final piece „whose initial, ultra-secret project was actually born several years ago, well before Ferrari and Richard Mille got together,“ adds Tim Malachard.

Richard Mille wanted to keep a traditional construction, consisting of an engine assembled in a case but without using the case back as a plate. The watchmaker therefore decided to spread what he could not arrange in height over a larger surface, creating a perfect harmony between caliber and case, each ensuring the rigidity of the other. As for the case, Richard Mille chose grade 5 titanium for the plate and the skeletonized bridges, while the winding system was completely redesigned. The water-resistant 10-meter „tonneau“ shaped case is only 1.75 mm thick and weighs a total of 30 grams, including the bracelet.

Finally, under the hood, we find an ultra-thin RMUP-01 manual winding movement developed with Audemars Piguet - Renaud et Papi (1.18 mm thick for a weight of 2.82 grams) but with a 45-hour power reserve. This has been made possible thanks to the total redesign of the escapement and the barrel to further increase the thinness. Hats off!

Il mondo equestre in movimento

Quest'autunno, bracciali e quadranti si ispirano a
l'universo equestre della casa da adornare
l'Apple Watch Hermès serie 8.

-/ This autumn, bands and faces inspired by
the house's equestrian world bring a light-hearted touch
to the Apple Watch Hermès Series 8.

hermes.com

CADRAN LUCKY HORSE,
JOYEUX COMPLICE



Una testa di cavallo, una mela, un
ferro di cavallo... In linea con l'eredità
equestre dell'azienda, un universo ludico
e amichevole è invitato a entrare in scena
sul quadrante dell'Apple Watch Hermès
Serie 8.

I suoi colori cambiano a seconda dell'umore
e del movimento del polso. Alle 10:10, le
mani danno l'illusione di poggiare sulla
testa del cavallo, come una bardatura.
Anche il quadrante riserva delle sorprese! In
modalità standby, assume tonalità notturne
e l'occhio del cavallo si chiude; espressione
di un ammiccamento consapevole o di un
invito al riposo...

-/ A horse's head, an apple and a
horseshoe... Faithful to the house's
equestrian heritage, a fun and friendly
world comes to the face of the Apple.
Watch Hermès Series 8. Its colours can be
changed depending on the wearer's mood and
the movements of their wrist, and at 10:10,
the hands form a harness on the horse's head.
The face, too, has its own element of surprise!
In Always-On mode, the face darkens and
the horse gives a friendly wink, perhaps an
invitation to rest.



Aviation

MULTIPLE LOCATIONS ONE SPIRIT



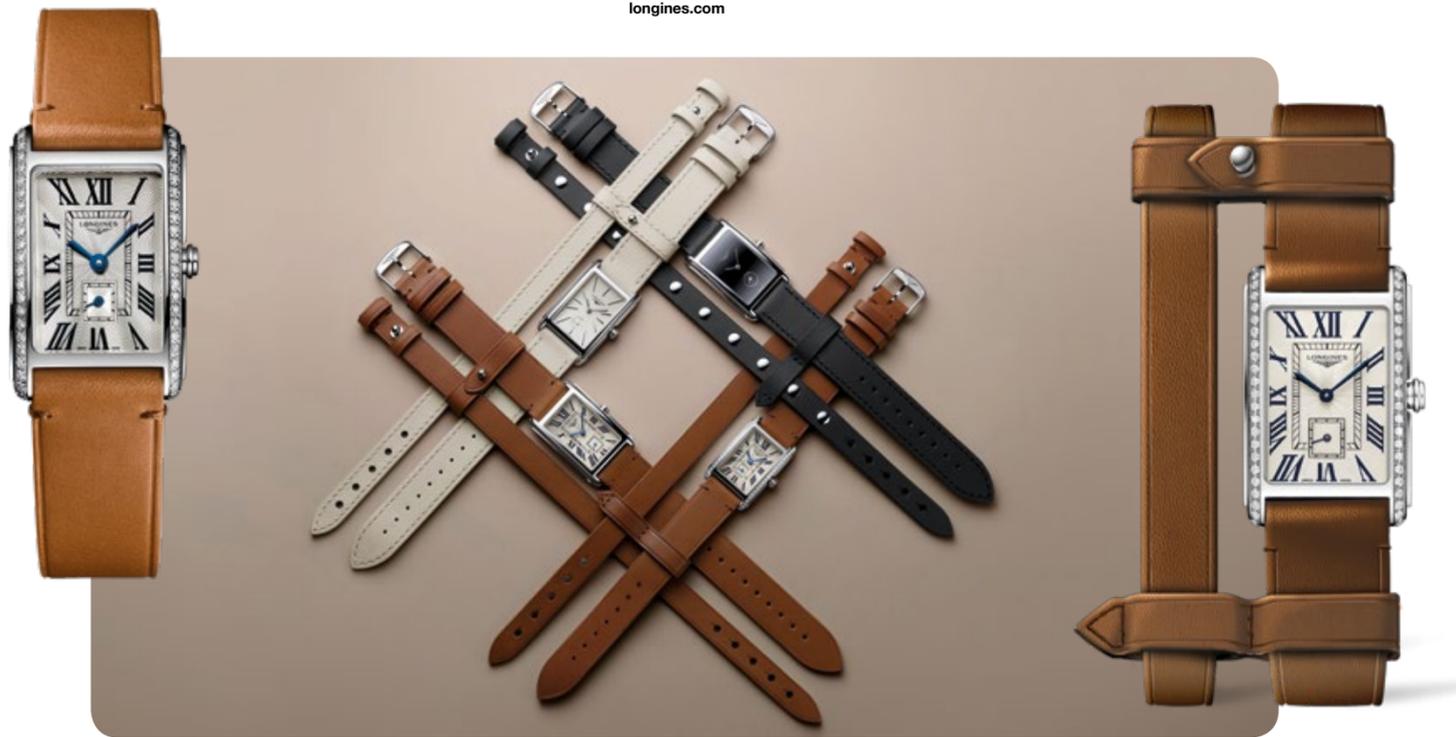
AIRCRAFT MANAGEMENT · AIR CHARTER
MAINTENANCE & CLEANING · FBO HANDLING · TRAINING

Longines DolceVita X YVY

La manifattura orologiera ha presentato i nuovi bracciali della linea DOLCEVITA. Realizzati interamente di pelle, sono stati disegnati dalla stilista svizzera Yvonne Reichmuth (YVY).

-/ The watchmaker has unveiled new straps for its DOLCEVITA line. Made of leather, they come from Swiss designer Yvonne Reichmuth's imagination (YVY).

longines.com



Longines presenta DOLCEVITA X YVY, una nuova versione della sua collezione senza tempo, reinterpretata dalla talentuosa designer svizzera Yvonne Reichmuth (in arte YVY).

Con un richiamo al mondo equestre caro al marchio, i cinturini di questi segnatempo rivelano nuovi contorni in cuoio. Ricordando le briglie e i finimenti che uniscono il cavaliere alla sua cavalcatura, i nuovi modelli DOLCEVITA sono adatti a tutte le occasioni, e si adattano ugualmente a uomini e donne grazie al meccanismo intercambiabile e alle due custodie di dimensioni diverse.

Yvonne Reichmuth è un'amante dei materiali, in particolare del cuoio, e ha trascorso molti anni a perfezionare le sue competenze nel trattamento e nella rifinitura della pelle a Firenze. Adorate dalle celebrità - Billie Eilish, Cardi B., Taylor Swift, Kristen Stewart, Monica Bellucci, Kylie Jenner, Gwen Stefani o Janet Jackson - le sue creazioni hanno ricevuto numerosi riconoscimenti dal mondo della moda.

-/ Longines presents DOLCEVITA X YVY, a new variation of its timeless collection, revamped by the talented Swiss designer Yvonne Reichmuth (aka YVY).

As a nod to the equestrian world dear to the watch brand, the straps of these timepieces reveal new leather outlines. Reminiscent of the bridles and harnesses that connect the rider to his/her horse, the new DOLCEVITA models are suitable for every occasion, and are equally suitable for men and women, thanks to their interchangeable mechanism and two different sized cases.

Yvonne Reichmuth, a leather lover, spent several years perfecting her skills in the processing and finishing of this material in Florence. Adored by celebrities - Billie Eilish, Cardi B., Taylor Swift, Kristen Stewart, Monica Bellucci, Kylie Jenner, Gwen Stefani or Janet Jackson - her creations have garnered numerous awards from the fashion world.

COTE MAGAZINE FINE JEWELRY

CARTIER E IL CINEMA - MESSIKA - PERRIN JOAILLIER - JACK DE BOUCHERON ULTIME



James Dean with his Porsche 550 Spyder Speedster at a California car rally about 1954. He was killed driving this car a year later.



Cartier e il cinema Un legame storico

L'arte e la cultura sono sempre state intimamente legate alla storia di Cartier, che nel corso della sua storia è apparso nei titoli di coda dei più grandi film e sui red carpet. Per non parlare degli illustri registi che hanno firmato i film pubblicitari della casa. Un legame saldamente ancorato all' DNA di Cartier e che continua a essere intrecciato.

-/ Art and culture have always been intimately linked to the history of Cartier, which appears throughout its history, in the credits of the greatest films as well as on the red carpets. Not to mention the prestigious and famous directors who have signed the house's advertising films. The Venice International Film Festival – Biennale Cinema 2022 is also an opportunity for the Maison to promote the threads that are woven from one art to another.

Iniziata nel 2021, la partnership ufficiale di Cartier con la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia - Biennale Cinema 2022, fa parte del repertorio di impegni culturali della Maison nei confronti delle arti, e più in particolare del cinema. Con questa scelta, Cartier dimostra la sua sensibilità alla creazione contemporanea, celebrata in occasione della consegna del Cartier Glory to the Filmmaker Award, un premio dedicato a una personalità che ha dato un contributo originale all'industria cinematografica di oggi. Questa settimana veneziana dedicata al cinema è stata scandita da numerose anteprime e serate alla presenza di ambasciatori e amici della Casa. Ce ne parla Arnaud Carrez, Direttore Marketing e Comunicazione di Cartier International.

-/ Starting in 2021, Cartier's official partnership with the Venice International Film Festival – Biennale Cinema 2022 is part of the repertoire of the Maison's cultural commitments in favor of the arts, and more particularly cinema. Through this choice, Cartier demonstrates its sensitivity to contemporary creation which is celebrated during the presentation of the Cartier Glory to the Filmmaker Award, a prize dedicated to a personality who has made an original contribution to today's film industry. This Venetian week dedicated to cinema was punctuated by several previews and evenings in the presence of ambassadors and friends of the House Cartier. Arnaud Carrez, Cartier International Marketing and Communication Director, tells us about it.

Cosa significa la presenza di Cartier alla Mostra del Cinema di Venezia?

Questa partnership tra la Maison Cartier e la Mostra si basa sul nostro impegno nei confronti dell'arte e della cultura. Con la Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia, sosteniamo la creazione di film contemporanei. Parte di questo impegno si manifesta anche attraverso il premio Cartier Glory to the Filmmaker, che rende omaggio a personalità di spicco che hanno dato un contributo originale all'industria cinematografica contemporanea. Quest'anno il premio è stato assegnato a Walter Hill.

In questo secondo anno di collaborazione, abbiamo anche organizzato un'esposizione di alcuni pezzi della Collezione Cartier che evidenziano lo stretto legame tra Cartier e il cinema. Si tratta di pezzi appartenuti a importanti attrici del cinema, come Maria Felix, Gloria Swanson, Grace Kelly, Josette Day, Simone Signoret e Catherine Deneuve.

Numerosi altri eventi Cartier hanno arricchito il programma della Mostra, come il concerto di musica classica di Kathia Buniatishvili, amica della Maison, e un'esperienza musicale in collaborazione con Mélanie Laurent, e la partecipazione di Asaf Avidan.

Infine, in collaborazione con la Mostra, Cartier ha organizzato due masterclass, nell'ambito del Cartier Art Dialogue, con professionisti della musica e del cinema come Alexandre Desplat, Solrey e Andrea Morricone oppure Rachel Portman e Simone Menezes.



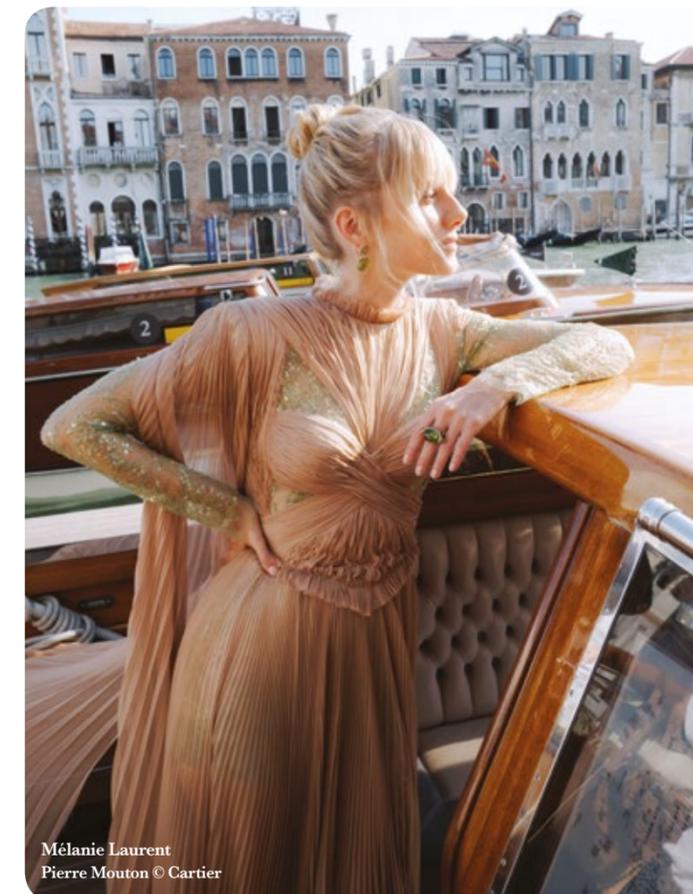
Catherine Deneuve
S. Pessina © Cartier

-/ How does Cartier's presence at the Venice Film Festival translate?

This partnership between the House Cartier and the Mostra is founded on our commitment to art and culture. With the Venice International Film Festival, we demonstrate our support to the contemporary cinematographic creation. Part of this commitment also reflects through the Cartier Glory to the Filmmaker Award, which pays tribute to exceptional personalities who have made an original contribution to the contemporary film industry. This year, the prize was awarded to Walter Hill. For this second year of our partnership, we have also organized an exhibition of several pieces from the Cartier Collection which highlights the close link between Cartier and cinema. These are pieces that belonged to leading actresses of cinema, such as Maria Felix, Gloria Swanson, Grace Kelly, Josette Day, Simone Signoret or even Catherine Deneuve.

Several other Cartier events enriched the program during the Mostra, such as the classical music concert by Kathia Buniatishvili, friend of the House, as well as a musical experience in collaboration with Mélanie Laurent, featuring Asaf Avidan.

Finally, in partnership with the Mostra, Cartier organized two masterclasses, as part of Cartier Art Dialogue, with music and film professionals, such as Alexandre Desplat, Solrey and Andrea Morricone or Rachel Portman and Simone Menezes.



Mélanie Laurent
Pierre Mouton © Cartier



Timothée Chalamet
Victor & Simon © Cartier

Quali sono i valori che l'azienda vuole affermare in questa sede?

Attraverso la nostra partecipazione alla Mostra, desideriamo sostenere la creazione cinematografica contemporanea e i suoi attori. L'arte e la cultura hanno sempre fatto parte della storia della Casa e sono intimamente legate ad essa. Sono anche fonti di ispirazione per le nostre collezioni e creazioni. La Mostra è quindi la continuazione di questo impegno culturale.

What are the values that the house wishes to affirm here?

Through our participation in the Mostra, we would like to support contemporary cinematographic creation and its actors. Art and culture have always been part of the House's history and are intimately linked to it. They are also sources of inspiration for our collections and our creations. The Mostra is therefore a continuation of this cultural commitment.

«Il dialogo con il mondo delle arti è sempre stato una fonte di ispirazione creativa per la Maison, che si tratti di arte contemporanea, cinema o musica. La nostra partnership con la Mostra è una nuova occasione per creare ponti tra tutte le discipline artistiche che ci stanno a cuore.»

Arnaud Carrez, Senior Vice President
Chief Marketing Officer



Che ruolo ha il cinema nella storia di Cartier?

Le creazioni Cartier sono presenti nel cinema dal 1926, quando l'attore Rodolfo Valentino conservò il suo orologio per le riprese del film *Il figlio dello sceicco*. Da allora, la settima arte è parte integrante della storia di Cartier. Film dopo film, la storia continua: ad esempio, Jean Cocteau si rivolge a Cartier per far piangere Josette Day con lacrime di diamante ne *La Bella e la Bestia* del 1946, o Grace Kelly indossa l'anello che le ha regalato il Principe Ranieri per la sua ultima apparizione sul grande schermo in *Alta Società*. Più recentemente, la Maison ha creato la collana Toussaint per il film *„Ocean's 8“*, rendendo omaggio a Jeanne Toussaint, direttore creativo di Cartier dal 1933 al 1970. Per la pellicola, gli ossidi di zirconio sono stati sostituiti ai diamanti e montati su oro bianco.

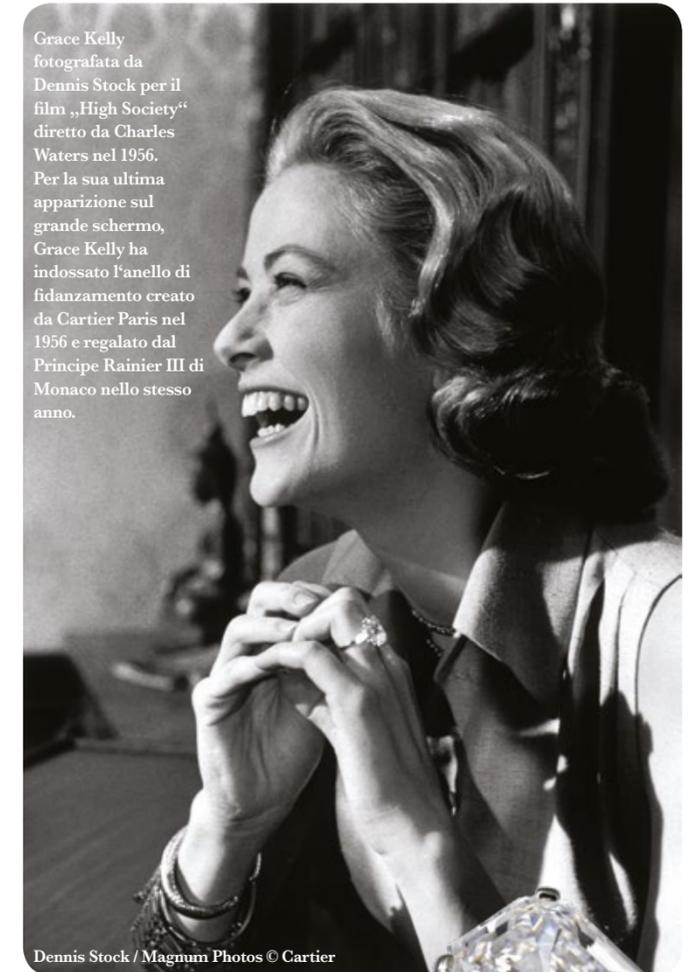
Inoltre, molti dei nostri amici della casa e ambasciatori provengono dal mondo del cinema, come Rami Malek, Jake Gyllenhaal, Monica Bellucci, Vanessa Kirby e Deepika. Di recente abbiamo accolto Austin Butler, attore di talento e audace, due approcci propri dello stile Cartier e Paul Mescal, il nuovo astro nascente del cinema britannico.

Replica della collana Toussaint, per il film *„Ocean's 8“* del 2018. La collana originale, descritta come „la più bella cascata di diamanti colorati del mondo“, è stata disegnata nel 1931 da Cartier Londra. Oggi esistono solo un disegno della collana originale e fotografie del gioiello. Per il film, i diamanti sono stati riprodotti utilizzando ossidi di zirconio montati su oro bianco.



Eric Bidou © Cartier

Grace Kelly fotografata da Dennis Stock per il film *„High Society“* diretto da Charles Waters nel 1956. Per la sua ultima apparizione sul grande schermo, Grace Kelly ha indossato l'anello di fidanzamento creato da Cartier Paris nel 1956 e regalato dal Principe Rainier III di Monaco nello stesso anno.



Dennis Stock / Magnum Photos © Cartier

What role does cinema play in the history of Cartier?

Cartier creations have been present in cinemas since 1926, when actor Rudolf Valentino kept his watch for the filming of *Le Fils du Cheikh* by G. Fitzmaurice. Valentino was the one who convinced the director to let him wear his Tank watch. Since then, other followed and the legend was written and what we call the seventh art became an integral part of Cartier's history. Film after film, the story continues, in 1946 when Jean Cocteau called Cartier to make Josette Day cry tears of diamonds in *Beauty and the Beast*, or even Grace Kelly who wore, for her last appearance at the 'Screen in *High Society*, the ring that Prince Rainier had offered her. More recently, the Maison produced the Toussaint necklace for the film *„Ocean's 8“*, paying homage to Jeanne Toussaint, Creative Director of Cartier from 1933 to 1970. For the film, zirconium oxides were substituted to diamonds and mounted on white gold. Some of these jewelled testimonials are now part of the Cartier Collection.

Apart from that, many of our house friends and ambassadors come from the world of cinema such as Rami Malek, Jake Gyllenhaal, Monica Bellucci, Vanessa Kirby, Deepika. We recently welcomed among them Austin Butler, a talented and daring actor, two approaches inherent in the Cartier style, and Paul Mescal, a new rising star of English cinema.

Da Josette Day in „La bella e la bestia“, nel 1946 a Nicole Kidman in „Grace di Monaco“, nel 2014, quali criteri determinano le apparizioni di Cartier sul grande schermo?

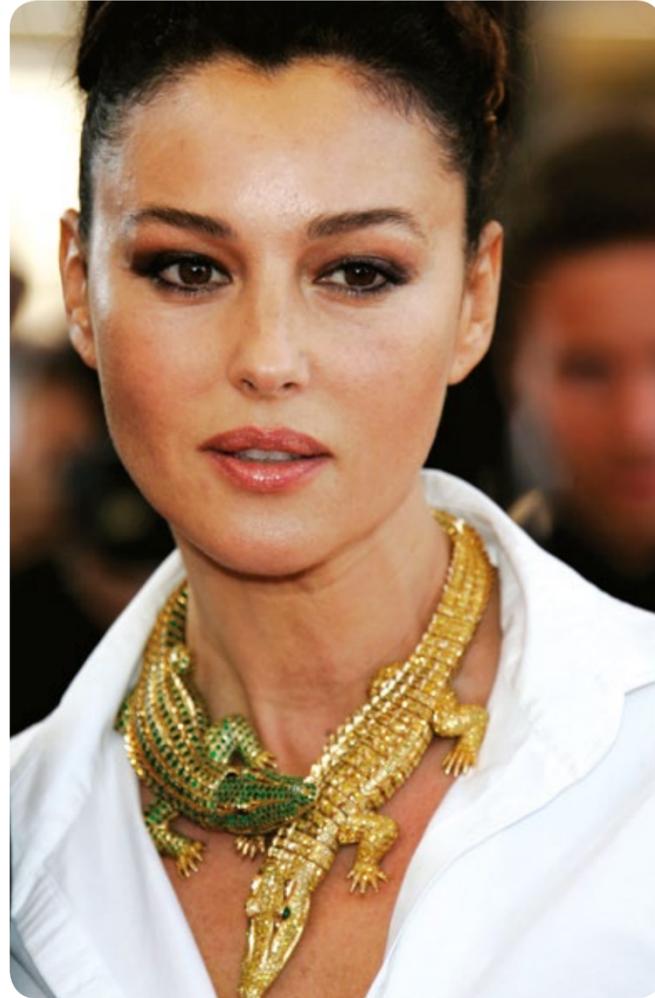
Ci assicuriamo che ci sia un collegamento tra il progetto e i valori che Cartier rappresenta, ma anche che ci siano personaggi che possano incarnare Cartier attraverso epoche e stili diversi. Per quanto riguarda gli amici della Maison, lavoriamo con persone di talento che sono anche sinonimo di eleganza e stile. Amici della Casa, ambasciatori o altre celebrità, cerchiamo sempre di mettere in evidenza i legami autentici.

Quali sono i mondi artistici e le personalità che attraggono Cartier?

Attraverso i nostri ambasciatori e amici della Maison, vogliamo creare relazioni significative e durature che accompagnino Cartier nei vari momenti salienti della sua storia. Ci rivolgiamo a persone che consideriamo uniche, con personalità forti e atipiche, ma anche con sensibilità artistiche o impegni importanti per la Casa.



Gloria Swanson fotografata da Burt Glinn nel 1951 alla cerimonia degli Oscar, nominata per il suo ruolo nel film „Viale del tramonto“. Come nel film, indossa i bracciali di diamanti, cristalli di rocca e platino creati da Cartier Paris nel 1930.



Monica Bellucci, fotografata da François Durand a Cannes nel 2006, indossa la collana „Crocodile“ ordinata da Maria Félix da Cartier nel 1975. François Durand / Getty Images © Cartier

From Josette Day in *Beauty and the Beast* in 1946, to Nicole Kidman embodying «Grace of Monaco» in 2014, what are the criteria that determine Cartier's appearances on the big screen?

We make sure that there is a meaning between the project and the values that Cartier upholds, but also the characters that can embody Cartier through different eras, different styles. Regarding the friends of the House, we collaborate with people who have talent and who are also synonymous with elegance and style. Friends of the House, ambassadors or other celebrities, we always try to put highlight authentic links.

Actor muses, directors of promotional short films, what are the artistic universes and personalities that attract Cartier?

Through our ambassadors and friends of the House, we want to create meaningful, long-term relationships that support Cartier through various key moments in its history. We turn to people we consider unique, strong and atypical personalities, but also that have an artistic sensibility or commitments that are important to the House.





Messika Beyond the light

Un antico Egitto retro-futuristico ha ispirato l'ultima collezione di alta gioielleria di Messika.

-/ Messika's latest high jewellery collection takes its inspiration from a retro-futuristic ancient Egypt.

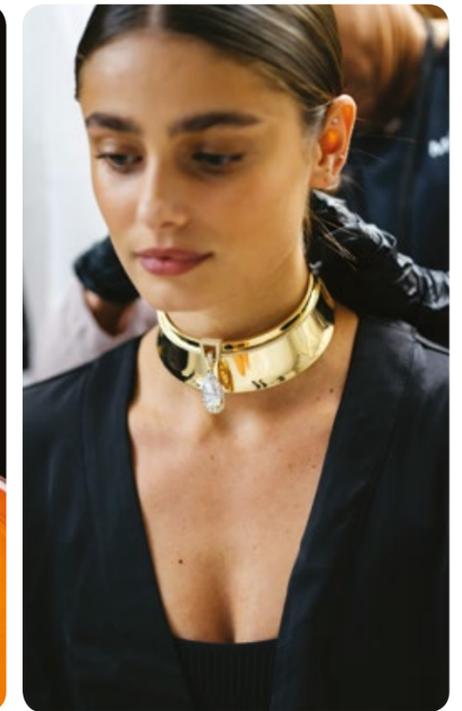
Boutique Messika
Place Longemalle 13, 1204 Ginevra
+41 22 310 00 51 - geneve@messikagroup.com
messika.com

Femminilità, modernità, volume e luce: la designer Valérie Messika si è ispirata a un Egitto da sogno per firmare la sua ultima collezione di alta gioielleria „Beyond the light“.

Durante la presentazione alla Settimana della Moda di Parigi, a settembre, le trenta silhouette di quest'opera sono state impreziosite da creazioni di diamanti di rara magnificenza. Incredibilmente magnetiche, le figure che hanno incarnato questo sogno egiziano non erano altro che Cindy Bruna, Taylor Hill e Alton Mason.

-/ Femininity, modernity, volumes and light effects, the designer Valérie Messika was inspired by a dreamy Egypt to sign her latest high jewellery collection «Beyond the light».

During its presentation at Paris Fashion Week in September, the thirty silhouettes in this opus were adorned with diamond creations of rare majesty. Incredibly magnetic, the figures who embodied this Egyptian dream were no less than Cindy Bruna, Taylor Hill, and Alton Mason.

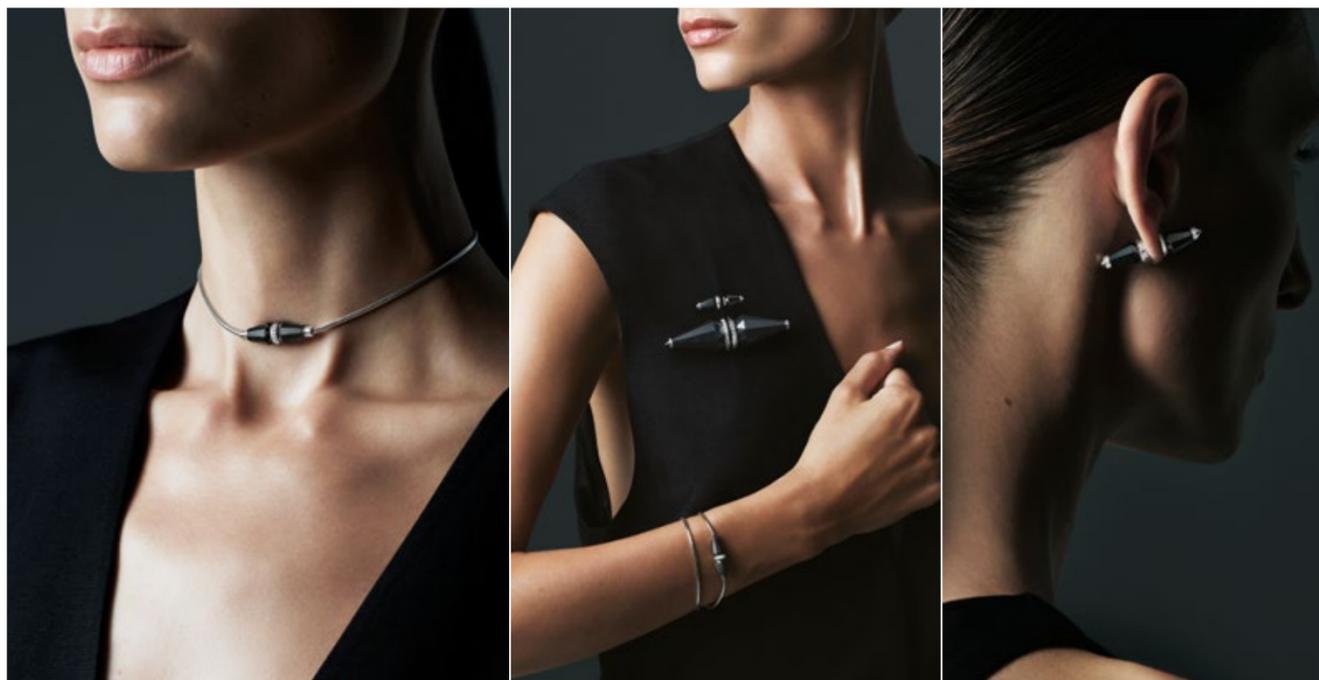


Il momento clou della sfilata è stato quando la storica figura di Naomi Campbell ha chiuso la sfilata con il pezzo forte della collezione, la collana Akh-Ba-Ka. Questo eccezionale gioiello è stato ricavato da una pietra grezza di 110 carati e contiene 2.550 diamanti, per un totale di 71,49 carati.

Questi capolavori ipnotici sono inaspettatamente indossati e fiammeggianti. Grandiosi plastron, gioielli da bocca, pezzi ariosi o trasformabili che accompagnano i movimenti, policromie accattivanti... La sfilata si è svolta all'insegna di una presunta disinvolture extralusso, il tutto sottilmente mescolato a look streetwear.

-/ The highlight of the show was when the sculptural Naomi Campbell closed the show with the collection's signature piece, the Akh-Ba-Ka necklace. This exceptional jewel was made from a 110-carat rough stone and contains 2,550 diamonds, totalling 71.49 carats.

These mesmerising masterpieces are unexpectedly worn and flamboyant. Grandiose plastron, mouth jewels, airy or transformable pieces that accompany movements, captivating polychromes... The fashion show took place under the sign of an assumed ultra-luxury casualness, all subtly mixed with streetwear looks.



Jack de Boucheron Ultime

La nuova capsule collection de Boucheron osa essere ultra-ruvida, trasformando un „materiale“ in un elemento prezioso, il Cofalit.

-/ Boucheron's new capsule collection dares to be ultra raw by turning a «final material», the Cofalit, into a precious element.

[boucheron.com](https://www.boucheron.com)

Ridefinire i contorni del prezioso. Questa è la scelta di Claire Choisne, direttore creativo di Boucheron. Con Jack de Boucheron Ultime (Definitivo), la Maison di gioielleria ingrandisce ancora una volta una collezione emblematica, ancorandola profondamente al XXI secolo.

Questa volta si tratta di un incontro infuocato, quello dell'iconico Jack de Boucheron con il Cofalit, un materiale derivato dal riciclo dei rifiuti. Difficile da lavorare e descritto come l'ultimo materiale del settore, il suo colore nero intenso e la sua finitura grezza lo hanno reso una scelta perfetta per la nuova gamma Boucheron. Cinque pezzi unici compongono Jack de Boucheron Ultime. Simboleggiando l'impegno per lo sviluppo sostenibile, questa collezione ripensa più che mai i concetti di utilità ed estetica nella gioielleria.

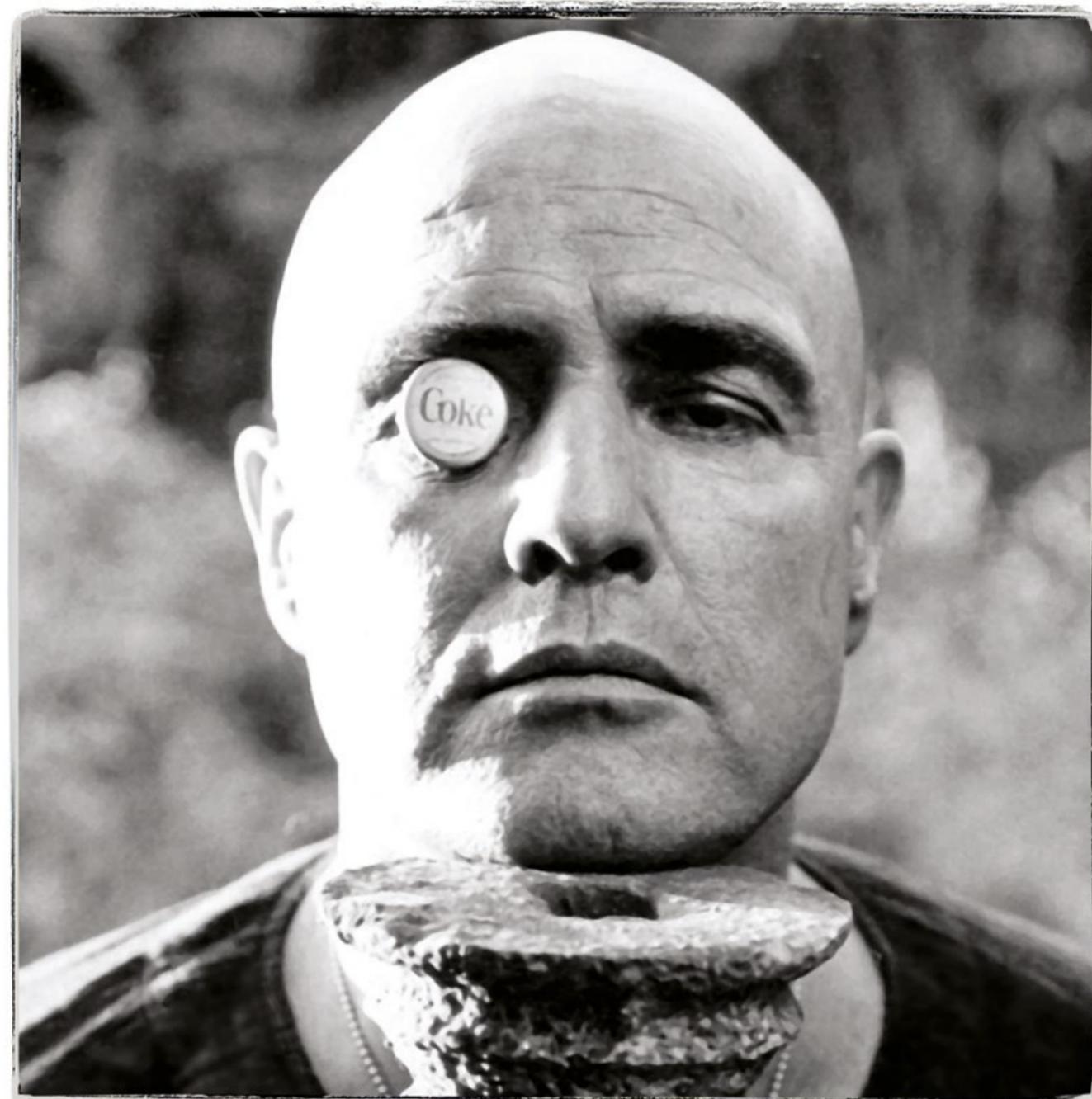


-/ Redefining the contours of preciousness. That is the challenge taken up by Claire Choisne, Boucheron's creative director.

With Jack de Boucheron Ultime, the jewelry house once again magnifies an iconic collection, anchoring it deeply in the 21st century. This time, it is a fiery encounter, that of the iconic Jack de Boucheron with Cofalit, a material derived from waste recycling. Though difficult to work with and described as a «final» material by the industry, its intense black color and raw finish made it a perfect choice for the new Boucheron line nonetheless. Jack de Boucheron Ultime features five unique pieces. As a symbol of the company's commitment to sustainable development, this collection challenges the notions of utility and aesthetics in jewelry more than ever.

COTE MAGAZINE FACE TO FACE

NICOLAS BOS - GUIDO TERRENI



Ritratto di Marlon Brando sul set di Apocalypse Now diretto da Francis Ford Coppola, 1979.

NICOLAS BOS

« La pietra non è fine a se stessa: è la fonte di ispirazione per un progetto creativo. »

Di Isabelle Cerboneschi

Nel gennaio 2023 saranno dieci anni che Nicolas Bos è stato nominato Presidente e CEO di Van Cleef & Arpels. In un decennio ha sviluppato la dimensione poetica delle creazioni della Maison, la valorizzazione del know-how e la trasmissione della conoscenza.

-/ In January 2023 it will be ten years since Nicolas Bos was appointed President and CEO of Van Cleef & Arpels. In a decade, he has developed the poetic dimension of the house's creations, the enhancement of know-how and transmission.

Lanno 2022 è un anno particolarmente prezioso per la Maison Van Cleef & Arpels, sia per gli orologi che per i gioielli. Alla mostra *Watches & Wonders*, che si è tenuta dal 30 marzo al 5 aprile a Ginevra, la manifattura ha presentato orologi di folle poesia in cui l'ora veniva letta con i fiori, nonché automi che avevano il potere di trasportare la mente in un mondo di competenza e bellezza.

Qualche mese dopo, in luglio a Parigi, Van Cleef & Arpels ha presentato una collezione di alta gioielleria unica nel suo genere: *Legend of Diamonds - 25 Mystery Set Jewels*. È stato progettato attorno a un diamante grezzo di 910 carati - il *Lesotho Legend* - scoperto nel gennaio 2018 nella miniera di Letseng in Lesotho.

La collezione, che comprende 25 pezzi, mette in risalto sia pietre eccezionali sia una delle abilità emblematiche della Maison: l'incastonatura misteriosa, una tecnica di incastonatura brevettata nel 1933.

Sono passati quasi dieci anni da quando Nicolas Bos è stato nominato Presidente e CEO di Van Cleef & Arpels. Ha avviato la creazione dell'*Ecole des arts Joailliers*, che ha ridato visibilità alle professioni della gioielleria e non ha mai smesso di promuovere i mestieri rari e tutte le forme di know-how. *Intervista.*

“Creazione e trasmissione sono inseparabili nella nostra storia.”

The year 2022 is a particularly precious vintage for the House of Van Cleef & Arpels, whether for watches or jewelry. At the *Watches & Wonders Show* in Geneva from March 30th to April 5th, Van Cleef & Arpels presented watches that were wildly and crazily poetic, where the time could be read with flowers, as well as automatons that had the power to transport the mind into a world of expertise and beauty.

A few months later, in July in Paris, Van Cleef & Arpels presented a unique high jewelry collection: *Legend of Diamonds - 25 Mystery Set Jewels*. This was designed around a 910-carat rough diamond - the *Lesotho Legend* - discovered in January 2018 in the Letseng mine in Lesotho. The collection, which includes 25 pieces, highlights both exceptional stones and one of the house's emblematic skills: the stone mystery setting, a stone setting technique patented in 1933.

It has been almost ten years since Nicolas Bos was appointed President and CEO of Van Cleef & Arpels. He initiated the creation of the *School of Jewelry Arts*, which has given a new visibility to the jewelry industry, and never stopped to promote the rare crafts as well as all the know-how. *Interview.*

La collezione Legends of Diamond è l'espressione di tutto ciò che Van Cleef & Arpels rappresenta?

Spero che ogni collezione sia espressione di tutto ciò che Van Cleef & Arpels rappresenta. Alcuni hanno una dimensione più narrativa di altri. Questo è più statuario. Si tratta di competenze, dalla pietra alle diverse abilità. Per realizzarlo, abbiamo utilizzato una delle tecniche più complesse a disposizione: l'ambientazione misteriosa. I gioielli sono trasformabili, le pietre sono prestigiose, il diamante grezzo è di qualità impeccabile e ha un'origine straordinaria: con questa collezione, siamo nel cuore della nostra professione.

Possiamo dire che la collezione che nasce da questo raro diamante, il Lesotho Legend, fa parte di una dimensione storica?

Il primo progetto che abbiamo avviato dopo la creazione dell'Ecole des Arts Joailliers è stato un progetto di ricerca sui diamanti che Jean-Baptiste Tavernier aveva acquistato per Luigi XIV. In tutta umiltà, questa collezione si inserisce in quella tradizione, con questa grande pietra storica. Tuttavia, nel realizzare un progetto di questo tipo, ci auguriamo che le discussioni non ruotino esclusivamente intorno alle dimensioni, al peso, al prezzo per carato e ai dati gemmologici, a scapito del lavoro dei gioiellieri. Non siamo commercianti di diamanti, ma gioiellieri. La pietra non è fine a se stessa: è una delle componenti e la fonte di ispirazione di questo progetto creativo e tecnico.

Ogni Maison può essere descritta con parole chiave. Quando pensiamo a Van Cleef & Arpels, pensiamo a „poesia“, „artigianalità“, „trasmissione“. Che cosa evocano per voi queste parole e quali qualificazioni vorreste aggiungere? Sono molto precisi e fanno parte del nostro universo e della nostra vita quotidiana. La creazione e la trasmissione sono inseparabili dalla nostra storia. La poesia e l'incanto sono essenziali: fanno appello al mondo dell'infanzia, all'immaginazione, alle ispirazioni letterarie e artistiche che sono alla base delle nostre creazioni. L'artigianalità e il know-how sono al centro del nostro lavoro. Non siamo un marchio globale, non cerchiamo la visibilità a tutti i costi ma di creare i pezzi più accurati possibili.

Alla mostra Watches & Wonders di Ginevra, lo scorso aprile, avete presentato l'automa „The Fountain of Birds“. Al di là della sua poesia, questo oggetto era una somma di mestieri molto diversi tra loro. Qual è stata la sfida più grande di questo lavoro?

La combinazione e il coordinamento di tutte queste abilità e mestieri. Questo oggetto è una sorta di capolavoro, come se ne trovano nella tradizione del commercio.

Quando si lancia un progetto come questo, non si sa se si avrà successo. Il fatto di combinare e associare fisicamente sullo stesso oggetto tecniche molto diverse che non si combinano spesso tra loro è una sfida in sé e questo è stato l'aspetto più complicato. L'obiettivo era quello di creare un oggetto omogeneo e non un accumulo di mestieri

«I gioielli sono trasformabili, le pietre sono prestigiose, i diamanti grezzi di qualità impeccabile hanno un'origine straordinaria: con questa collezione, siamo nel cuore della nostra professione.»



Rendu 3D - Fontaine aux Oiseaux. © Van Cleef & Arpels

Is the Legends of Diamond collection an expression of everything that Van Cleef & Arpels stands for?

I hope that each collection is an expression of everything that Van Cleef & Arpels stands for. Some have a more narrative dimension than others. This one is more statuary. It's about expertise, from the stone to the different skills. To make it, we used one of the most complex techniques available: the mystery stone setting. The jewels are transformable, the stones are prestigious, the rough diamond, of impeccable quality, has an extraordinary origin: with this collection, we are at the heart of our profession.

Can we say that the collection that stems from this rare diamond, the Lesotho Legend, stands in a historical dimension?

The first project we launched after creating the School of Jewelry Arts was a research project on the diamonds that Jean-Baptiste Tavernier had bought for Louis the XIVth.

In all humility, this collection registers in that tradition, with this great historical stone. In creating such a project, we however hoped that the discussions would not revolve solely around the size, weight, price per carat and gemological record, at the expense of the work of jeweler. We are not diamond dealers; we are jewelers.

The stone is not an end in itself: it is one of the components and the source of inspiration of this creative and technical project.

Each house can be qualified by key words. When we think of Van Cleef & Arpels, we think of „poetry“, „craftsmanship“, „transmission“. What do these words evoke for you and what



"Creation and transmission are inseparable from our history".



e competenze. Ma per ottenere questo risultato è stato necessario orchestrare tutti questi scambi.

Faccio un esempio concreto: gli addetti all'automazione lavorano con materiali molto leggeri perché è estremamente difficile progettare questi meccanismi, animarli e renderli affidabili. Ma quando vogliamo animare oggetti di gioielleria in metallo, oro o pietre, che pesano molto, aggiungiamo ulteriori livelli di difficoltà. I gioiellieri hanno dovuto adattare il loro lavoro per realizzare un oggetto destinato a essere in movimento, cosa che non è nella tradizione, e gli automi hanno dovuto adattare i loro meccanismi per far muovere oggetti particolarmente pesanti.

Il febbraio scorso la Scuola di Arti del Gioiello ha festeggiato il suo 10esimo anniversario. Quando guarda indietro a tutto ciò che è stato realizzato, di cosa è più orgoglioso?

Che questa scuola ha 10 anni! Quando si lancia un'iniziativa come questa, non si sa se troverà il suo pubblico e se diventerà sostenibile. Sono molto orgoglioso della durata e della molteplicità dei progetti: la scuola ha generato il proprio arricchimento. Non sapevamo se qualcuno sarebbe stato interessato a ricevere un'introduzione al mondo della gioielleria, ma il numero di visite conferma che è così.

Negli anni '80 e '90, la formazione nel campo dell'artigianato era insufficiente. Nelle Case mancavano gli artigiani e alcune tradizioni artigianali sono state perse. Cosa è successo nel frattempo per invertire la tendenza? La scuola ha incoraggiato il desiderio delle giovani generazioni per questi mestieri?

Negli anni '80 e '90, la gioielleria era un settore molto tradizionale che viveva di inerzia. Negli anni 2000 è apparsa una nuova dinamica, con lo sviluppo dei vecchi operatori - di cui facciamo parte - e l'arrivo di nuovi operatori, nuovi clienti, una nuova geografia, ecc.

Queste professioni sono state svalutate, ma le aziende, le scuole e i produttori hanno svolto un lavoro enorme. Sono emerse strutture di formazione qualitative. Abbiamo trovato i mezzi per valorizzare queste professioni e creare il desiderio di svolgerle. La questione non è solo avere buone scuole, ma anche popolarle di studenti motivati che non vogliono diventare artigiani perché vanno male a scuola, ma perché la trovano straordinaria. A volte abbiamo scoperto che gli studenti avevano scelto di entrare nelle scuole di gioielleria perché avevano scoperto

qualifiers would you like to add?

They are very accurate and are part of our universe and our daily life. Creation and transmission are inseparable from our history.

Poetry and enchantment are essential: they recall to the world of childhood, to the imagination, to the literary and artistic inspirations that underlie our creations.

As for craftsmanship and know-how, they are at the heart of our work. We are not a global brand; we do not seek visibility at all costs but rather to create the most accurate pieces possible.



At the Watches & Wonders exhibition in Geneva last April, you presented the automaton „La Fontaine aux oiseaux“. Beyond its poetry, this object was a sum of very disparate crafts. What was the greatest challenge of this piece?

The combination and coordination of all these skills and crafts. This object is a kind of masterpiece, as found in the tradition of the companionship. When you launch a project like this, you don't know if you'll succeed. The fact of combining and physically associating on the same object very diverse techniques that do not often combine is a challenge in itself and this is what was the most complicated. The goal was to create a homogeneous object and not an accumulation of professions and know-how. But to achieve this, we had to orchestrate all these professions and skills.

I'll give you a concrete example: automatiers work with very light materials because it is extremely difficult to design these mechanisms, to animate them and to make them reliable. But when we want to animate jewelry objects made of metal, gold, stones, which weigh a lot, we add extra levels of difficulty. The jewelers had to adapt their work to make an object intended to be in motion, which is not the tradition, and the automatons had to adapt their mechanisms to make particularly heavy objects move.

Last February the School of Jewelry Arts celebrated its 10th anniversary.

When you look back at all that has been accomplished, what are you most proud of?



la professione durante un corso per bambini o durante una mostra all'École des Arts Joailliers 10 anni prima. A nostro modo, contribuiamo a rendere visibili queste professioni. Trovare, formare e ingaggiare artigiani oggi è meno fonte di ansia rispetto a 10 o 15 anni fa, ma ci sono ancora cose da fare.

Per la prima edizione della mostra „De Mains en mains“ che avete presentato nel dicembre 2021 a Lione, avete realizzato un percorso rivolto anche ai giovani. Era per incoraggiare le vocazioni?

Esattamente! Abbiamo voluto rendere queste professioni attraenti, non solo per la bellezza del gesto, ma anche perché rappresentano un possibile futuro per i giovani. Abbiamo scelto di organizzare questa mostra a Lione perché è un bacino storico della gioielleria.

Con l'autorità scolastica, abbiamo individuato una scuola secondaria situata a Vénissieux, un sobborgo di Lione, per esporre gli alunni a questi mestieri in modo molto concreto. Abbiamo dato loro la possibilità di fare esperienza con un disegnatore, un lucidatore, un gioielliere e un operatore di progettazione assistita da computer (CAD). E queste persone hanno spiegato loro il loro percorso professionale, la loro vita quotidiana, quanto guadagnano, quali sono le loro prospettive, tutte le domande che questi giovani possono porsi quando devono scegliere un futuro.

Alcuni di loro hanno mostrato un vero interesse per questi lavori di cui non conoscevano l'esistenza o su cui avevano delle convinzioni, pensando di non essere adatti a loro. È stata una grande iniziativa che cercheremo di sviluppare.

Van Cleef & Arpels ha inventato tecniche rivoluzionarie

«This continuity is probably my greatest pride.»

That this school is 10 years old! When you launch an initiative like this, you don't know if it will find its audience and become sustainable.

I am most proud of the duration and the multiplicity of projects: the school has generated its own enrichment. We didn't know if anyone would be interested in receiving an introduction to the world of jewelry, but the number of visits confirms that this is indeed the case.

In the 80's and 90's, there was a lack of training in the field of crafts. The houses lacked craftsmen and certain craft traditions were lost. What happened in the meantime to reverse the trend? Did the school encourage the desire of the younger generation for these crafts?

In the 80s and 90s, jewelry was a very traditional field that lived on its inertia. A new dynamic appeared in the 2000s, with old players - of which we are a part - developing and the arrival of new players, new customers, a new geography, ... These professions had been under-valued, but a tremendous work has been

done both by the houses, schools, and manufacturers. Qualitative training structures have emerged. We have found the means to enhance the value of these professions and to create a desire for them.

The question is not only to have good schools, but also to populate them with motivated students who do not want to become craftsmen because they are failing at school but because they find it extraordinary. We have found that students have chosen to enter jewelry schools because they discovered the craft in a children's class or at an exhibition at the School of Jewelry Arts 10 years earlier. On our scale, we contribute to making these professions visible. Finding, training, and recruiting craftsmen today is less of a source of anxiety than it was ten or 15 years ago, but there are still things to do.

For the first edition of the exhibition „De Mains en mains“ that you presented in December 2021 in Lyon, you developed an itinerary that was also aimed at young people. Was it to encourage vocations?

Exactly! We wanted to make these professions attractive, not only for the beauty of the gesture, but also because they represent a possible future for young people. We chose to do this exhibition in Lyon because it is a historical

«Non sapevamo se qualcuno sarebbe stato interessato a ricevere un'introduzione al mondo della gioielleria, ma il numero di visite conferma che è così.»

fin dall'inizio: l'incastonatura misteriosa, la collana Zip, il Passe-Partout....

Da allora sono state registrate grandi invenzioni?

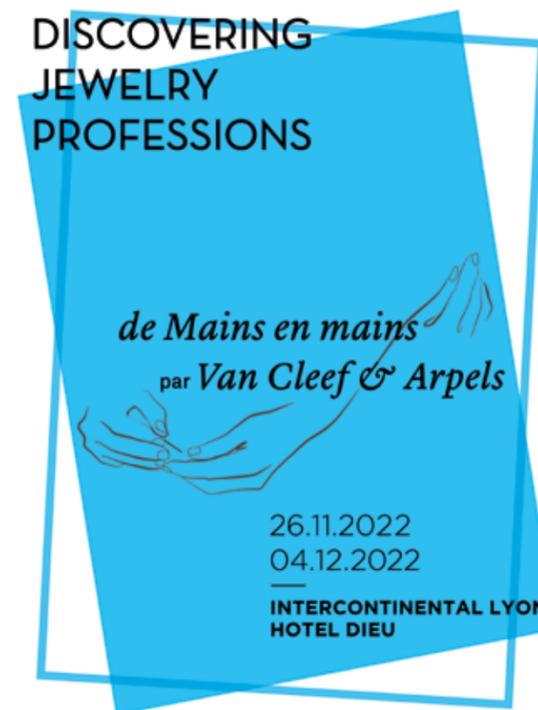
Non proprio, perché ci vogliono molti anni di visione per capire che qualcosa è davvero rivoluzionario.

Siamo in un costante stato di iterazione: i brevetti vengono depositati molto spesso, ma riguardano piccoli sviluppi tecnici che facilitano il processo di produzione. Penso anche a tutte le nostre complicazioni poetiche: non sono invenzioni in sé, ma un modo diverso di affrontare l'orologeria, in modo molto narrativo, che ci corrisponde bene.

E dato che questo ha ispirato molti dei nostri colleghi, pensiamo che l'idea non sia poi così male...

Da quando è stato nominato, qual è il suo più grande motivo di orgoglio?

Ce ne sono molti (ride)! La Scuola è un vero motivo di orgoglio, così come molte delle collezioni, ma sono particolarmente orgoglioso del fatto che la casa continui a dimostrare che è possibile svolgere questo lavoro in modo molto tradizionale e mantenerlo comunque attraente, interessante e rilevante. Questa continuità è probabilmente il mio più grande orgoglio.



Exhibition, workshops, courses, conferences and round tables upon registration.
demainsenmains.vancleefarpels.com

«L'artigianato d'arte e il know-how sono al centro del nostro lavoro. Non siamo un marchio globale, non cerchiamo la visibilità a tutti i costi ma di creare i pezzi più accurati possibili.»

area for jewelry. With the rectorate, we identified a secondary school located in Vénissieux, a suburb of Lyon, to expose the students to these professions in a very concrete way.

We gave them the opportunity to experience them with a designer, a polisher, a jeweler, and a Computer Aided Design (CAD) operator. And these people explained to them their career path, their daily life, how much they earn, what their prospects are, all the questions that these young people may ask themselves when it comes to choosing a future. Some of them showed a real interest in these jobs that they didn't know existed or that they thought were not suitable for them. It was a great initiative that we will try to develop.

Van Cleef & Arpels invented revolutionary techniques from the very beginning: the Mysterious Stone Setting, the Zip necklace, the Passe-Partout, ... Have there been any great inventions registered since then?

Not really, because it takes many years of hindsight to realize that something is revolutionary. We are in a constant state of iteration: patents are filed very frequently, but they relate to small technical developments that facilitate the manufacturing process. I am also thinking of all our poetic complications: they are not inventions per se, but a different way of approaching watchmaking, in a very narrative way, which corresponds well to us. And since this has inspired many of our colleagues, we think that the idea is not so bad...

Since your appointment, what is your greatest source of pride? There are many (laughs)! The School is a real source of pride, as are many of the collections, but I am most proud of the fact that the house continues to demonstrate that it is possible to practice this profession in a very traditional way while keeping it attractive, interesting and relevant. This continuity is probably my greatest pride.



PARMIGIANI, la discrezione nell'eleganza

Di Isabelle Carboneschi

Dal suo arrivo da Parmigiani Fleurier come CEO il 26 gennaio 2021, Guido Terreni ha già riportato la manifattura orologiera sulla mappa dei marchi più ambiti. Questo stratega, che ha impiegato dieci anni per riposizionare Bulgari, è fiducioso sul futuro del marchio. Nel settembre 2021 presenta la Tonda PF, che diventa rapidamente vittima del suo stesso successo, al punto di rendere necessario un aumento della produzione. Intervista durante la mostra Watches & Wonders a Ginevra.

-/ Since his arrival at Parmigiani Fleurier as CEO on January 26, 2021, Guido Terreni has already put the watch manufacturer back on the map of coveted brands. This strategist, who took ten years to reposition Bulgari, is confident about the brand's future. In September 2021, he presented the Tonda PF, which has quickly become a victim of its own success, to the point that an increase in production is necessary. Interview during the Watches & Wonders show in Geneva.

parmigiani.com

Come ha affrontato il mondo unico di Michel Parmigiani quando è stato nominato CEO? Quando una persona come lui, così delicata, crea un marchio, anch'esso è delicato. La mia assunzione come nuovo CEO non è avvenuta da un giorno all'altro. Ho studiato il marchio e ho messo al suo servizio la mia sensibilità, la mia comprensione del mercato e del cliente. Ho conosciuto Michel e ho respirato i suoi valori.

Come definirebbe l'anima di Parmigiani? Raffinatezza discreta, „informalità“ impeccabile, sensibilità superiore, rispetto, potrei usare molti altri qualificatori! È un marchio di cui bisogna prendersi cura perché è „bello“.

Sembrerebbe che questa gentilezza sia in sintonia con i nostri tempi.

Un marchio è come una persona: ereditiamo i nostri valori dai nostri genitori. Michel ha creato un marchio con una forte identità, che gli assomiglia, ma era 25 anni fa e il mondo era un po' diverso. Il nostro stile di vita oggi è più rilassato e meno formale. Interpretando il suo stile e modernizzandolo, come abbiamo fatto con la Tonda PF (presentata nel settembre 2021), abbiamo risvegliato la bella addormentata e la reazione del mercato è stata immediata. Non mi aspettavo un'inversione di tendenza così immediata!

Il Tonda PF è sovrappollato. Il prezzo del successo? Da settembre 2021 abbiamo una lista d'attesa di 6-9 mesi. Se fossi riuscito ad aumentare la produzione in linea con la domanda, avrei triplicato i risultati dell'anno scorso.

«A discreet refinement, an impeccable informality, a superior sensitivity, a respect, I could use many more adjectives! »

How did you approach Michel Parmigiani's unique world when you were appointed CEO?

When a person like him, who is so delicate, creates a brand, this one is equally delicate. My recruitment as the new CEO was not done in a day. I studied the brand and put my sensitivity, my understanding of the market and the customers at its service. I got to know Michel and breathed in his values.

How would you define the soul of Parmigiani?

Discreet refinement, impeccable „informality“, superior sensitivity, respect, I could use many more adjectives! It is a brand that must be taken care of because it is „kind“.

It would seem that this kindness is in tune with our times.

A brand is like a person: we inherit our values from our parents. Michel created a brand with a strong identity, which resembles him, but that was 25 years ago and the world was a bit different. Our way of life today is more casual and less formal.

By interpreting its style, while modernizing it, as we did with the Tonda PF (presented in September 2021), we woke up the sleeping beauty and the market reaction was immediate. I didn't expect such an immediate turnaround!

The Tonda PF is overwhelmingly popular. Is that the ransom of success?

Since September 2021, we have a 6 to 9 month waiting list. If I had been able to increase production according to demand, I would have tripled last year's results.



absolut
cashmere.

CRANS MONTANA - GENÈVE - LAUSANNE

COTE MAGAZINE LE ICONE

COME UN OGGETTO DIVENTA UN'ICONA ? - SHOOTING ICONICO - GIOIELLI CULT



COME FA UN OGGETTO A DIVENTARE UN'ICONA?

-/ HOW DOES AN OBJECT BECOME AN ICON?

Di Isabelle Cerboneschi

Un orologio, un gioiello, un abito o un accessorio di moda non nascono mai per caso. Oltre a parlare della persona che li indossa, essi sono anche marcatori sociali e storici. Questi oggetti rivelano una determinata società in un determinato momento. E solo il tempo ha il potere di elevarli al grado di icona.

-/ A watch, a piece of jewellery, a garment or a fashion accessory is never born by chance. Besides speaking about the person who wears them, they are both social and historical markers. These objects reveal a given society at a given time. And only time has the power to elevate them to the rank of icon.



LA CREAZIONE DEVE AVERE IL TEMPO NECESSARIO PER STABILIZZARSI, PER ESSERE COMPRESA, APPREZZATA E TRASMESSA DI GENERAZIONE IN GENERAZIONE.

Quali sono le qualità che un oggetto deve avere per diventare un'icona e sopravvivere ai decenni? L'indumento, l'accessorio, il gioiello o l'orologio possono diventare il marcatore o il simbolo di un'epoca, rivoluzionare un settore o apportare qualcosa a chi li indossa, che si tratti di comfort, praticità o di un nuovo look. Può anche derivare il suo status dalla persona che lo rende noto e gli conferisce quell'aura.

Ma nessuno può sapere in anticipo se una creazione diventerà un'icona. Ogni Casa spera di crearne una, ma solo il tempo potrà deciderlo. La creazione deve avere il tempo di sedimentare, di essere compresa, apprezzata e di attraversare i secoli, trasmettendosi di generazione in generazione.

Il tempo è il giudice supremo, ma prima di durare, qualsiasi oggetto deve risuonare con il suo tempo. Deve portare qualcosa di nuovo. Gli eventi socio-economici e politici hanno un'influenza diretta sul mondo creativo.

Prendiamo ad esempio il trench di Burberry: è nato dalle esigenze di esploratori, aviatori e agricoltori gentiluomini della metà del XIX secolo, che avevano bisogno di un indumento che li proteggesse dalle intemperie.

L'antenato del Burberry è un grande cappotto di cotone gommato inventato all'inizio degli anni Venti del XIX secolo dal chimico scozzese Charles Macintosh e dall'inventore britannico Thomas Hancock.

Solo che era appiccicoso e rendeva impossibile respirare. Fu Thomas Burberry, un commerciante di stoffe dell'Hampshire che aprì la sua attività nel 1856, ad avere l'idea di impermeabilizzare ogni fibra di cotone e lana.

Nel 1879 inventò il gabardine, un tessuto traspirante che utilizzò per creare i suoi trench. Adottato rapidamente dai vertici dell'esercito britannico, il trench Burberry ha avuto una carriera cinematografica a Hollywood negli anni '50 e '60, grazie alle figure di gangster e giornalisti che apparivano in alcuni film cult, in particolare sulla schiena di Humphrey Bogart in Casablanca o sulle spalle di Audrey Hepburn in Colazione da Tiffany.

È ancora un must di questa azienda, che è uno dei 10 marchi più apprezzati al mondo.



Humphrey Bogart in Casablanca

-/ What qualities must an object possess for it to become an icon and survive the decades? The garment, accessory, jewel or watch can become the marker or symbol of an era, revolutionise an industry, or bring something to the wearer, whether it be comfort, a practical solution or a new look. It can also receive its rank thanks to the person who makes it known. But no one can know in advance whether a creation will become an icon. Every house hopes to create one, but only time can decide. The creation must be given time to settle, to be understood, appreciated and to pass through the ages and generations.

Time is the supreme judge, but before it lasts, any object must resonate with its time. It must bring something new.

Socio-economic and political events have a direct influence on the creative world. Take Burberry's trench coat, for example: it was born out of the needs of explorers, aviators and gentleman farmers in the mid-19th century, who needed a garment to protect them from the elements.

The Burberry's ancestor was a large rubberised cotton coat invented in the early 1820s by the Scottish chemist Charles Macintosh and the British inventor Thomas Hancock. Except that it was clammy and impeded breathing. It was Thomas Burberry, a Hampshire cloth merchant who set up his own business in 1856, who came up with the idea of waterproofing each cotton and wool fibre. He invented gabardine in 1879, a breathable fabric that he used to create his trench coats. Quickly adopted by the top brass of the British army,

Burberry trench coats enjoyed a film career in Hollywood in the 1950s and 60s, thanks to the gangster and journalist figures who appeared in some cult movies, most notably on the back of Humphrey Bogart in Casa-blanca or on the shoulders of Audrey Hepburn in Breakfast at Tiffany's.

It is still a must-have for this house, which is one of the 10 most valued brands in the world.



Winston Churchill (à destra) con il trench-coat

Rolex

Daily Mail
FOR KING AND COUNTRY
WEDNESDAY, NOVEMBER 22, 1927

Rolex introduces for the first time the greatest Triumph in Watch-making
ROLEX 'OYSTER'
The Wonder Watch that Defies the Elements.

**MOISTURE PROOF
WATER PROOF
HEAT PROOF
VIBRATION PROOF
COLD PROOF
DUST PROOF**

BEING hermetically sealed the Rolex 'Oyster' is proof against changes of climate, dust, water, damp, heat, moisture, cold, sand or grease; it can, in consequence, be worn in the sea or bath without injury, nor would arctic or tropical conditions affect the wonderful precision of its beautifully poised movement. The introduction of the Rolex 'Oyster' model marks a unique development in the forward stride of the chronometric science, and perfect timekeeping under all conditions is at last a possibility.

A HANDSOME-fully illustrated Brochure illustrating the entire range of OYSTER Watches available, together with the names of nearest jewellers stocking ROLEX Watches, sent post free to any reader who makes application by post-card or letter, giving name and address to our London Office.

Send for this coloured Brochure it's FREE!

ROLEX OYSTER PRICES
The Silver: £5. 15. 0
7-ct. Gold: £10. 10. 0
18-ct. Gold: £15. 15. 0

Fitted with good quality strong leather straps for Men, or Moure Silk bands for Women. If fitted with the fashionable sports Watch Milanese Gold-Filled Bands (White or Yellow) 20- extra to above.

THE ROLEX WATCH CO. LTD.
40-44, Holborn Viaduct, London, E.C.4.

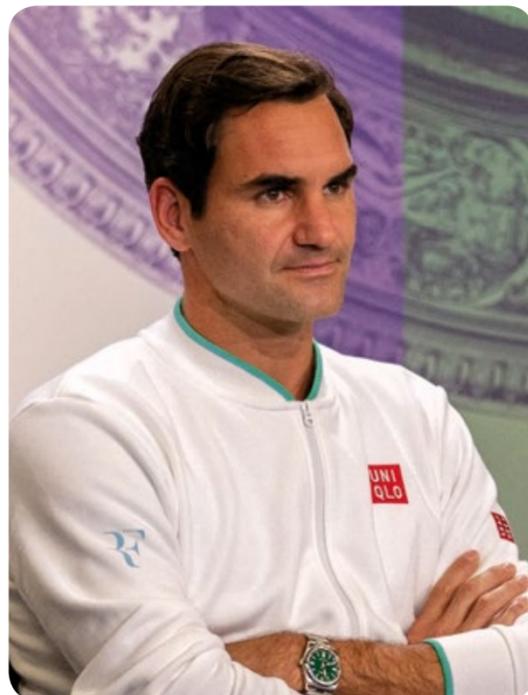
For MEN or WOMEN.

WATERPROOF WATCH
AUTHENTIC, HEREBY ANNOUNCEMENT OF THE
REPEAT FROM THE JEWELLERS ASSOCIATION
DATED NOVEMBER THE 24 TH, 1927

THE ROLEX WATCH CO. LTD.



Oyster Perpetual 36 acciaio. Rolex



Roger Federer

A volte un oggetto può rivoluzionare un settore con un'utile innovazione e, così facendo, diventare un'icona nel momento stesso del suo lancio. È quello che è successo al Rolex Oyster, il primo orologio da polso impermeabile al mondo lanciato nel 1926.

Hans Wilsdorf, il fondatore del marchio con la corona, era un visionario. E doveva esserlo per avere l'idea di creare un orologio impermeabile nel 1926, quando all'epoca nessuno era interessato all'impermeabilità. Il nome "Oyster" si riferisce alla cassa ermetica che protegge il movimento. Questo orologio non è solo un'innovazione tecnica, ma anche una rivoluzione di marketing. Quando, nel 1927, la stenotipista Mercedes Gleitze divenne la prima donna britannica a nuotare con successo la Manica in 15 ore e 15 minuti, emerse dall'acqua con un Oyster ancora perfettamente funzionante. Hans Wilsdorf decise allora di comunicare questa impresa e pubblicò un'inserzione a tutta pagina sul Daily Mail annunciando "Rolex Oyster L'orologio delle meraviglie che sfida gli elementi".

Nel 1931 nacque il Rolex Oyster Perpetual con movimento automatico, che divenne uno degli orologi più famosi al mondo, se non il più famoso, e lo è ancora 86 anni dopo la sua creazione.



All'epoca, l'Oyster era indossato dalle donne. Mercedes Gleitze, naturalmente, ma anche, in un registro più popolare, l'attrice Evelyn Laye, protagonista di numerosi musical e operette di successo a Londra negli anni Venti, che posa con l'Oyster al polso... ma ancora in acqua.

THE WRISTWATCH FOR SPORTSMEN AND SPORTSWOMEN

MISS MERCEDES GLEITZE THE WORLD FAMOUS SWIMMER WEARS A ROLEX OYSTER

THE WORLD-FAMOUS ROLEX MOVEMENT
"Sealed against the Elements"

The Rolex movement holds 25 World's Records for accuracy at Kew, Geneva and Neuchâtel Observatories. No other wrist watch so small has ever secured the coveted Kew "A" certificate for accuracy, and the 'Oyster' is the same famous movement effectively "sealed against the elements".

THE ROLEX 'OYSTER' IS WATERPROOF SANDPROOF - PROOF AGAINST ALL EXTREME CONDITIONS.

THE REASON I wear a Rolex Oyster Wrist Watch when swimming is because it is the only watch I know that is absolutely waterproof and also immune to damage from sand or salt air. Furthermore, I know that no other watch would stand up to the severe conditions experienced during long distance swims.

Yours faithfully,
Mercedes Gleitze

THE ROLEX 'OYSTER' WRIST WATCH

La stenotipista Mercedes Gleitze, 1927.

Sometimes, an object can revolutionise an industry with a useful innovation and in doing so, become an icon at the very time of its launch. This is what happened to the Rolex Oyster, the world's first waterproof wristwatch launched in 1926.

Hans Wilsdorf, the founder of the brand with the crown, was a visionary. And he had to be, to come up with the idea of creating a waterproof watch in 1926, when no one was interested in waterproofing at the time. The name "Oyster" refers to the hermetically sealed case that protects the movement. This timepiece is not only a technical innovation but also a marketing revolution.

When in 1927, stenotipist Mercedes Gleitze became the first British woman to successfully swim the English Channel in 15 hours and 15 minutes, she emerged from the water with an Oyster that was still working perfectly. Hans Wilsdorf then decided to communicate this feat and took out a full page advert in the Daily Mail announcing "Rolex Oyster The wonder Watch that defies the elements".

In 1931, the Rolex Oyster Perpetual was born with an automatic movement, which became one of, if not the most famous watch in the world and still is 86 years after its creation.





Chanel, Borsa 2.55
 Una forma singolare creata da Gabrielle Chanel, che l'ha battezzata in riferimento alla sua data di creazione nel febbraio 1955. Struttura trapuntata, ispirata al mondo equestre caro a Gabrielle Chanel.
 Chiusura "Mademoiselle", Aperto o chiuso, prolunga la purezza della linea. Catena firmata, file di maglie piatte per una totale libertà di movimento.
 Qui in pelle rossa lucida, collezione invernale 22/23



Liz Taylor con la sua borsa Chanel, 1960

Senza essere necessariamente una rivoluzione, un oggetto che migliora notevolmente la vita quotidiana può raggiungere lo status di icona.

È il caso della borsa 2.55 di Chanel.

La sua storia risale al 1929. Gabrielle Chanel trovava poco pratiche le borse da donna e, ispirandosi alle borse a tracolla dei militari, creò alcune borse in jersey con tracolla per uso personale.

Ma solo nel febbraio 1955 commercializzò la borsa che sarebbe diventata una leggenda.

Il corpo è realizzato in jersey o in pelle trapuntata ed è dotato di una catena metallica per il trasporto a spalla. L'interno è realizzato in gros grain rosso, per facilitare a trovare degli oggetti, e dispone di sette tasche.

Apparso sulla stampa nell'autunno del 1956, seduce Romy Schneider, Arletty, Jeanne Moreau, Gina Lollobrigida... La stampa lo soprannomina "Il Classico".

«STANCA DI TENERE LE MIE BORSE IN MANO E DI PERDERLE, HO MESSO UNA CINGHIA E L'HO PORTATA A TRACOLLA.»

GABRIELLE CHANEL



Catherine Deneuve, 1960



Brigitte Bardot e Jeanne Moreau con il classico



Jane Fonda e Roger Vadim, 1965.

-/ Without necessarily being a revolution, an object that greatly improves everyday life can reach iconic status.

This is the case with the 2.55 bag by Chanel.

Its history dates back to 1929. Gabrielle Chanel found women's bags impractical and, inspired by the military's shoulder bags, she created a few jersey bags with a strap for her own use.

"I was tired of holding my bags in hand and losing

them, so I would put a strap on them and carry them over my shoulder," she confided to the writer Paul Morand.

But it was not until February 1955 that she marketed the bag that would become a legend.

Its body is made of jersey or quilted leather and has a metal chain that allows it to be worn on the shoulder.

The interior is made of red grosgrain, to help you find your things, and has seven pockets.

It appeared in the press in the autumn of 1956 and seduced Romy Schneider, Arletty, Jeanne Moreau, Gina Lollobrigida... The press nicknamed it "The Classic".

It was not called the 2.55 until 1992.

If it has withstood the test of time, it is because it is not just a fashion accessory: it is an "essential" that allows a woman to carry everything she needs, while leaving her two hands free.

Il nome 2.55 fu battezzato solo nel 1992. Se ha resistito nel tempo, è perché non è solo un accessorio di moda: è un "essenziale" che permette alla donna di portare con sé tutto ciò di cui ha bisogno, lasciando libere le due mani.

Un personaggio iconico può anche conferire il proprio status a un oggetto. È il caso del Kelly di Hermès.

Tutto è iniziato nel 1892, quando Hermès lanciò la sua prima borsa, "le haut à Courroies", che è l'antenato della Kelly e della Birkin. È stato progettato in modo che i cavalieri potessero infilarsi gli stivali e la sella.

Nel 1935, Robert Dumas decise di rivederne la forma e ridurne le dimensioni per offrire alle donne una pratica borsetta con tracolla. Era sobriamente denominata "borsa da viaggio da donna con tracolla".

Ma il destino di questo accessorio cambiò grazie a... Grace Kelly: nel 1956, una foto pubblicata dalla rivista Life rivelò la principessa di Monaco in compagnia del marito, il principe Rainier.

Tiene una borsa davanti alla pancia arrotondata, nascondendo dietro di essa le prime curve della gravidanza.

Questo accessorio è la "borsa da viaggio con tracolla" che l'attrice ha ricevuto durante le riprese del film La mano nelle manette di Alfred Hitchcock per completare il suo guardaroba.

Come un'inconsapevole influencer prima del tempo, Grace di Monaco ha dato il via a una tendenza che non si è mai interrotta fino ad oggi.

All'epoca, le donne che entravano da Hermès per acquistarla chiedevano una "**Kelly bag**". Tanto che nel 1977 è stato ufficialmente ribattezzato "the Kelly".

Ancora oggi è una delle borse più leggendarie e, grazie alla sua robustezza, è stata trasmessa da generazione in generazione.

Nessuno può prevedere se un oggetto diventerà senza tempo e sopravviverà ai decenni.

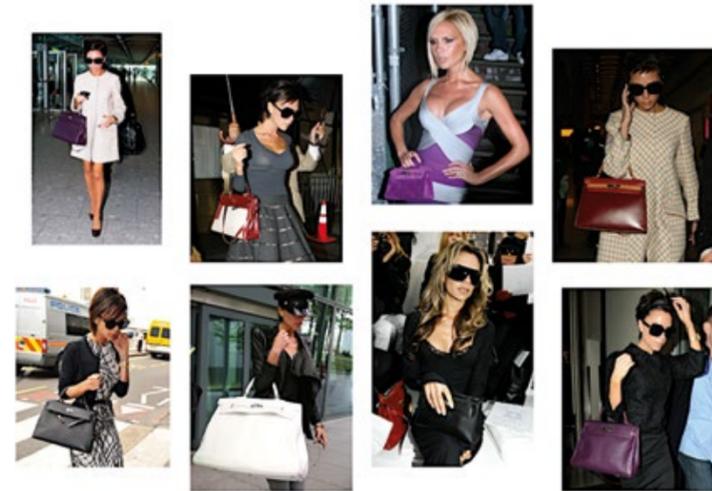
Nel 1969, anno erotico per eccellenza, nessuno da Cartier pensava che il famoso bracciale Love avrebbe avuto un successo che dura



Grace Kelly verrà fotografata con la famosa borsetta mentre cerca di nascondere la sua gravidanza: è nata un'icona. Nel corso degli anni, la Principessa di Monaco è stata fotografata con il suo inseparabile accessorio in innumerevoli occasioni, e ha anche posseduto il modello in varie tonalità di nero, miele e rosso.



NEL 1977, È STATO UFFICIALMENTE RIBATTEZZATO «IL KELLY».



Victoria Beckham, una grande collezionista di Kelly



J.Lo lasciando il Crillon con la sua borsa Kelly Picnic.

-/ An iconic figure can also give an object its own status. This is the case with the Kelly by Hermès.

It all began in 1892, when Hermès launched its first bag, "le haut à Courroies", which is the ancestor of the Kelly and the Birkin.

It was designed so that riders could slip their boots and saddle into it.

In 1935, Robert Dumas decided to revisit its shape and reduce its size to offer women a practical handbag with a shoulder strap.

It was soberly named "ladies' travel bag with strap". But the destiny of this accessory changed thanks to Grace Kelly: in 1956, a photo published in Life Magazine revealed the Princess of Monaco in the company of her husband, Prince Rainier.

She is holding a bag in front of her rounded belly, concealing the early curves of her pregnancy behind it.

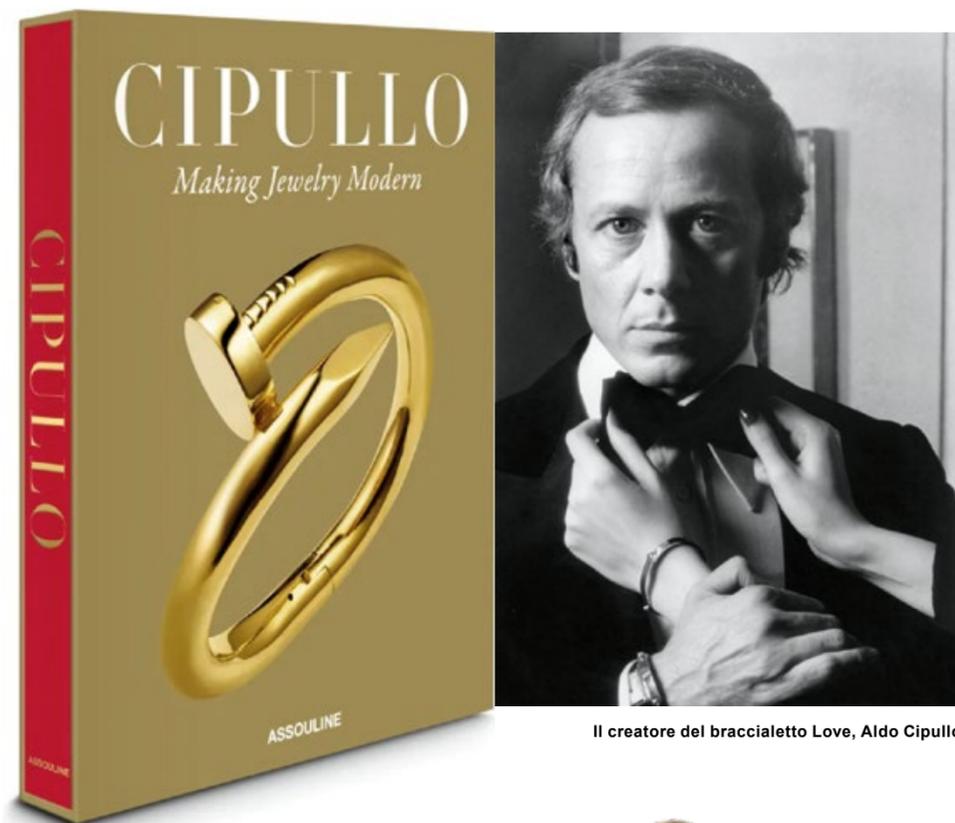
This accessory is the "travel bag with strap" that she received during the filming of Alfred Hitchcock's To catch a thief to complete her ward-robe.

Like an unwitting influencer ahead of time, Grace of Monaco started a trend that has never ended to this day.

At the time, women who went to Hermès to buy it asked for a "Kelly bag".

So much so that in 1977 it was officially renamed "**the Kelly**".

To this day, it is one of the most mythical bags in existence, and thanks to its sturdiness, it has been passed down from generation to generation.



Il creatore del braccialetto Love, Aldo Cipullo



ancora oggi, 52 anni dopo il suo lancio. Nessuno può prevedere se un oggetto diventerà atemporale e se sopravviverà ai decenni. Nel 1969, anno erotico per eccellenza, nessuno da Cartier pensava che il famoso bracciale Love avrebbe avuto un successo che dura ancora oggi, 52 anni dopo il suo lancio. Creato dal designer americano di origine italiana **Aldo Cipullo** dopo una separazione, questo bracciale minimalista e unisex, composto da due archi rigidi decorati con viti e un cacciavite, è stato sigillato al polso. "Aldo Cipullo ha catturato lo spirito dell'epoca in cui la liberazione sessuale e il lusso disinvolto erano all'ordine del giorno", afferma Vivienne Becker, autore del libro Cipullo: **Making Jewelry Modern**. In questo libro scopriamo che il designer propone la

sua idea a Tiffany, che la rifiuta, e che è Cartier New York a realizzarla. Secondo la leggenda, la persona che ha dato il gioiello al suo partner ha tenuto il cacciavite. Un modo per dire che il suo cuore, come il suo polso, è stato preso. Secondo il suo creatore, si tratta di "manette d'amore moderne", che fungevano da fedi nuziali in un'epoca in cui l'amore libero era di moda. Al momento del lancio, Cartier ha inviato una coppia di bracciali a 25 coppie famose, tra cui Elizabeth Taylor e Richard Burton e Nancy e Frank Sinatra. Il braccialetto è ora disponibile in un formato aperto per garantire comfort e sicurezza. Ciò che ha reso il bracciale Love iconico è il suo simbolismo: è un gioiello che, più di ogni altro, parla d'amore. Et tant qu'il y aura de l'amour...

Finché un oggetto duri nel tempo, l'azienda che lo ha creato deve prendersene cura, mantenerne costante la qualità e continuare a scommettere su di esso portandolo regolarmente alla luce. È quello che fa Chanel con la sua borsa 2.55, Hermès con la sua Kelly, Cartier con il suo bracciale Love, Burberry con il suo trench o Rolex con il suo Oyster. Il lusso è anche prendersi cura dei propri tesori.

Elizabeth Taylor al Ballo Proust nel 1971. L'attrice indossa il bracciale Love e un nastro di seta con il famoso diamante Burton-Taylor, acquistato da Cartier. ©Cecil Beaton.



-/ No one can predict whether it will become a timeless object and pass through the decades.

In 1969, an erotic year if ever there was one, no one at Cartier thought that the famous Love bracelet would be a success that is still going strong 52 years after its launch.

Created by the Italian-born American designer **Aldo Cipullo** following a break-up with his lover, this minimalist, unisex bracelet, made up of two rigid arcs decorated with screws and a screwdriver, was worn on the wrist.

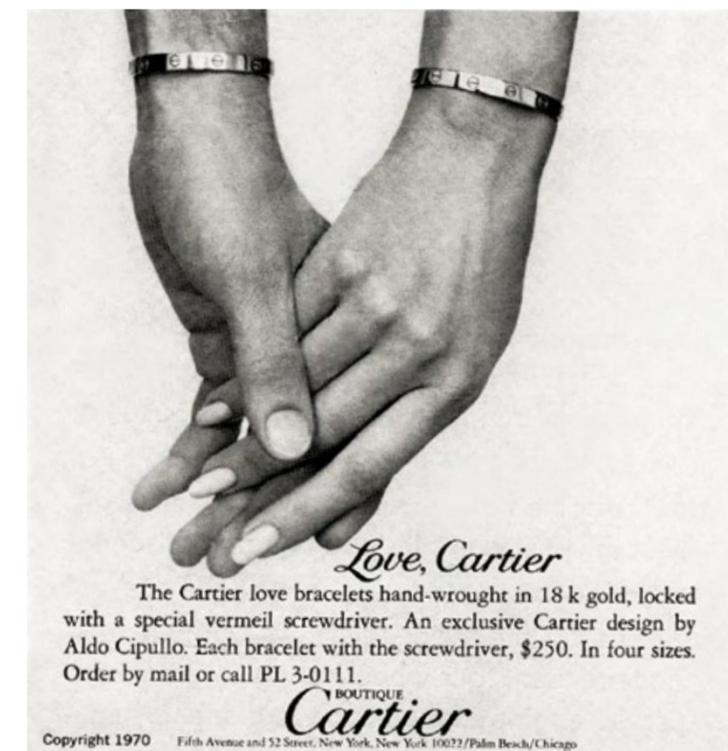
"Aldo Cipullo captured the spirit of the era when sexual liberation and casual luxury were the order of the day," explains Vivienne Becker, author of the book Cipullo: *Making Jewelry Modern*.

In the book, we discover that the designer proposed his idea to Tiffany, who turned it down, and it was Cartier New York that made it happen. According to legend, the person who gave the jewel to his or her partner kept the screwdriver. A way of saying that his or her heart, like his or her wrist, was taken. These were "modern love cuffs", according to their creator, which played the role of wedding rings at a time when free love was the rage.

At the time of its launch, Cartier sent a pair of bracelets to 25 famous couples, including Elizabeth Taylor and Richard Burton and Nancy and Frank Sinatra. The bracelet is now available in an open format for comfort and safety. What has made the Love bracelet iconic is its symbolism: it is a piece of jewellery that, more than any other, speaks of love. And as long as there is love...

For an object to last over time, the house that created it must take care of it, constantly maintain its quality and continue to bet on it by regularly bringing it to light.

This is what Chanel does with its 2.55 bag, Hermès with its Kelly, Cartier with its Love bracelet, Burberry with its trench coat, or Rolex with its Oyster. Luxury is also about taking care of one's treasures.



ICONIQUE



realizzazione : **Caroline Schwartz**
Fotografo : **Frédéric Monceau**
Modello : **Oriane Tuffery**
Makeup : **Adeline Raffin**
Hair : **Fabien Giambona / Sisley Paris**



Royal Oak tourbillon volante automatico extrapiatto, 37 mm, quadrante con Petite Tapisserie prugna "50 anni" Audemars Piguet
Giacca con inserti di piume, canotta con logo, minigonna in tessuto e inserto in rete stropicciata, décolleté in pelle con logo
Mini bag Symbol, i due triangoli, in pelle e tessuto, possono essere indossati separatamente come borsa, o senza manici come clutch. Tutto Prada



Orologio Hour H in acciaio con diamanti incastonati. Orecchini mono in oro e diamanti
Maglia con collo arricciato, miniabito in pelle con dettagli smocked, stivali al polpaccio traforati
Borsa Kelly II Désordre, Sellier, 20 cm, pelle di vitello tadelakt. **L'intera collezione Hermes**

Nautilus Dame 7118 oro rosa **Patek Philippe**
Mantella di lana e pantaloni in crêpe **Valentino**,
Décolleté in vernice con plateau e borsa
Une Stud in cuoio nappa con catenella **Valentino Garavani**





Orologio Première Édition Originale, acciaio rivestito in oro giallo e pelle
Giacca e gonna in tweed di lana, calze lunghe in cachemire, slingback in vernice,
borsa in pelle granulata e metallo intrecciato con pelle. **Il tutto di Chanel**





Anello con diamante taglio smeraldo da 21 carati in platino, anello con diamante taglio pera da 10 carati in platino
Orecchini di diamanti bianchi taglio smeraldo, platino e oro bianco, il tutto di **Graff**
Abito in flanella stretch senza spalline e mini guanti **Sportmax**
Décolleté Lipchick di pelle di vitello verniciata 100 mm, **Christian Louboutin**



Orologio D di Dior black ultra-opaco, 34 mm, acciaio nero ultramatte e diamanti neri,
Bracciale a maglia milanese. Orecchini e anello Archi **Dior** in oro bianco e diamanti
Giacca Bar 30 Montaigne in lana e seta, jeans svasati,
borsa Saddle ricamata. L'intero **Christian Dior**
Cerchietto borchiato Valerie **Valentine Paris**



Orologio Panther in oro con quadrante sertito di diamanti,
Anelli e bracciali Love, Trinity e Juste un Clou,
Juste un Clou creole, tutto **Cartier**
Giacca Frankie Shop su MyTheresa, calzettoni **Fogal**,
mocassini 180 in pelle di vitello **J.M Weston**



Vera e propria icona degli anni '70, il 222 "Jumbo" 37 mm è una riedizione contemporanea dello storico modello **Vacheron Constantin**.
La giacca minimal Hourglass di **Balenciaga** in lana da **Bongénie Grieder**
Calze alte in tessuto lucido e décolleté Lipchick Pump **Christian Louboutin** décolleté in pelle di vitello verniciata

Top in vinile, minigonna e stivali alla caviglia **Courrèges** presso Picibi Ginevra
Orologio Elégante 40 mm in titanio con 12 righe di diamanti e bracciale incastonato, calibro 1210 **F.P. Journe**
Divano LC3 **Le Corbusier** / Cassina presso **Téo Jakob**





Collana lunga Alhambra, collana, anello e orecchini con rabescatura radiante su oro bianco
 Orologio Sweet Alhambra in oro bianco, onice e diamanti, tutto di **Van Cleef & Arpels**
 Abito Dorothée Schumacher su **MyTheresa**
 Sandali con plateau **Christian Louboutin**
 Cappelli e berretti **Maison Michel**
 Sgabello Knoll Barcelona® di **Teo Jakob**





Orecchini e pendente a maglie in oro giallo con pavé di diamanti, collana a maglie in argento, collana a maglie in oro giallo Tiffany City HardWear
Polsini Elsa Peretti® in oro e argento Bone, il tutto **Tiffany & Co.**
Abito fluido turchese, bague a stampa animale, cappellino a stampa animale con tasca nano Baguette, il tutto **Fendi**


MARTELL
COGNAC
FONDÉE  EN 1715



MARTELL
Cordon Bleu

GIOIELLI CULT

In gioielleria, come in pelletteria, alcune stelle si distinguono per brillare un po' più di altre. Gioielli iconici da regalare o farvi regalare, così intramontabili da non stancarvi mai.

-/ In jewellery, as in leather goods, some models stand out to shine a little more than others. Iconic jewellery to offer yourself or to be received, which are so timeless that you will never be tired of them.

Il bracciale Love di Cartier

Creato a New York nel 1969, il bracciale LOVE di Cartier è un'icona del design unisex e quasi minimalista della gioielleria, da sigillare al polso con uno speciale cacciavite. Una dichiarazione d'amore in oro giallo, rosa o bianco, da regalare o regalarsi, perché la sua leggenda è in procinto di diventare eterna. È la stella dei braccialetti.

-/ Created in New York in 1969, the LOVE bracelet by Cartier is an icon of unisex and quasi-minimalist jewellery design, to be sealed to the wrist with a special screwdriver. A declaration of love in yellow, pink or white gold, to be offered as a gift or as a gift to yourself, as its legend is well on its way to being an eternal jewelry piece. It is the superstar of bracelets.



Collana Move di Messika

Se da un lato elogia la semplicità attraverso la purezza del suo design, dall'altro i suoi tre diamanti mobili su un ingegnoso sistema di incastonatura chiusa che scorre su binari simboleggiano la permanenza dell'amore. Un classico della gioielleria, ormai un classico, di cui innamorarsi senza esitazione.

-/ While it praises simplicity through the purity of its design, its three moving diamonds on an ingenious closed-set system that slides on rails symbolise the eternity of love. A jewellery favourite, now a classic, which you can fall for without hesitation.



Messika



Serpenti Viper 2022 di Bulgari

Per andare avanti, a volte è necessario tornare alle origini. Questa è la vocazione della collezione di gioielli Serpenti Viper 2022, l'ultimo ipnotico capitolo dell'affascinante avventura del serpente Bvlgari. L'emblema più iconico di Bvlgari ha dimostrato la sua capacità di cambiare forma all'infinito, anno dopo anno, sin dal suo lancio negli anni Quaranta. Nella sua ultima incarnazione, la famosa linea di gioielli Serpenti Viper viene spogliata di tutti gli ornamenti per rivelare la sua bellezza originale e autentica.

-/ In order to move forward, it is sometimes necessary to go back to basics. This is the vocation of the Serpenti Viper 2022 jewellery collection, the latest hypnotic chapter in the fascinating adventure of the Bvlgari snake. Bvlgari's most iconic design has demonstrated its ability to change shape endlessly year after year since its launch in the 1940s. In its latest incarnation, the famous Serpenti Viper jewellery line is stripped of all embellishments to reveal its original and authentic beauty.



La collana Rose des Vents di Dior

Victoire de Castellane reinterpreta la stella portafortuna di Christian Dior sotto forma di Rosa dei Compassi, una stella a otto punte che indica i diversi punti cardinali. Il medaglione, orlato con una torsione a chicco di riso, è progettato per ruotare sulla sua catena, sia sul lato della pietra (madreperla, giada o topazio) sia sul lato della Rosa dei venti, a seconda dei movimenti. Un gioiello fine e delicato da indossare ogni giorno.

-/ Victoire de Castellane reinterprets Christian Dior's lucky star in the form of a Compass Rose, an eight-pointed star indicating the different points of the compass. The medallion, edged with a twist, is designed to turn on its chain, on the stone side (mother-of-pearl, jade or even topaz) or on the Compass Rose side, according to the movements. A fine and delicate jewel to be worn every day.

Il bracciale Chaîne d'ancre di Hermès

Nel 1938 Robert Dumas, membro della famiglia Hermès, si ispira alla catena dell'ancora di una nave per disegnare un gioiello: il bracciale Chaîne d'ancre. Le sue maglie, che riflettono il savoir-faire della Maison Hermès, sono lucidate, perlate o ritorte e diventano iconiche. Intramontabile, questo bracciale in argento ha superato la prova del tempo con il suo design chic e sportivo. Un must have!

-/ In 1938, Robert Dumas, a member of the Hermès family, was inspired by a ship's anchor chain to design a piece of jewellery: the «Chaîne d'ancre» bracelet. Its chain links reflect the chain-making expertise of the House of Hermès. They are polished, pearled or twisted and have become iconic. A timeless piece! This silver bracelet has passed the test of time thanks to its chic yet sporty design. A must have!



L'anello Coco Crush di Chanel

La reinterpretazione gioielliera del classico trapuntato che ha decretato il successo della borsa 2.55 di Gabrielle Chanel. La linea Coco Crush, apparsa nel 1993 con i primi pezzi in oro giallo, diamanti e perle, ha scelto di offrire pezzi moderni e atemporali in oro giallo, bianco o beige, una lega unica firmata Chanel. Ora disponibile in versione sottile, questo anello può essere indossato come accumulo per il vostro massimo piacere.

-/ The jewellery reinterpretation of the classic cushioned effect that made Gabrielle Chanel's 2.55 bag so successful. The Coco Crush line appeared in 1993 with the first pieces in yellow gold, diamonds and pearls. It has chosen to offer modern and timeless pieces in yellow, white or beige gold, a unique blend signed by Chanel. Now available in a slim version, this ring can be worn as an accumulation for your greatest pleasure.



Anello Coco Crush, Chanel

Bracciale Wire T di Tiffany & Co

Con le sue linee contemporanee e pure, il massimo dello chic newyorkese, questo bracciale con il motivo della mitica "T" incarna i legami che ci uniscono. Nato nel 2014 dalla mente di Francesca Amfitheatrof per Tiffany & Co, è diventato una delle più belle alternative all'anello tradizionale. In oro bianco, rosa o giallo, può essere indossato con tutto, in qualsiasi occasione.

-/ With its contemporary and pure lines, the ultimate chic in New York, this bracelet with its mythical «T» patterns embodies the ties that bind us together. Born in 2014 from the mind of Francesca Amfitheatrof for Tiffany & Co, it has become one of the most beautiful alternatives to the traditional band. White, pink or yellow gold, it can be worn with everything, for any occasion.



T di Tiffany & Co.



Alhambra di Van Cleef & Arpels

Fedele alla prima creazione Alhambra® del 1968, la collezione Vintage Alhambra di Van Cleef & Arpels si distingue per la sua eleganza senza tempo. Ispirati al quadrifoglio, i famosi motivi portafortuna sono ornati da un delicato contorno di perline dorate. Un po' di storia, un po' di leggenda e un po' di fortuna da indossare in ogni occasione.

-/ Faithful to the first Alhambra® creation of 1968, the Vintage Alhambra collection by Van Cleef & Arpels is distinguished by its timeless elegance. Inspired by the four-leaf clover, the famous luck motifs are ornamented with a delicate outline of gold beads. A bit of history, a bit of legend and a bit of luck to wear on any occasion.

Bracciale Baby Cuffs di Dinh Van

Le manette avvolgenti che sono diventate iconiche si rinnovano con la versione "Baby Handcuffs" e sono ora fissate in modo permanente. Per la prima volta, sono associati a una catena, che li rende emblematici, atemporali e accessibili.

-/ The embracing Handcuffs that have become iconic are renewed with the «Baby Handcuffs» version and are permanently attachable. For the first time, they are associated with a chain, which makes them emblematic, timeless and accessible.



Il concetto dei Happy Diamonds di Chopard

Lanciato nel 1976 dal designer Ronal Kurowski, il concetto Happy Diamonds di Chopard si concentra sulla brillantezza dei diamanti sciolti. Un'idea audace che permette al diamante di muoversi liberamente nella sua montatura, preservando e massimizzando la sua brillantezza. Per un tocco romantico, il cuore del gioiello è impreziosito da questa gemma mobile.

-/ Launched in 1976 by designer Ronal Kurowski, Chopard's Happy Diamonds concept focuses on the brilliance of the loose diamond. A bold idea that allows the diamond to move freely in its setting, while preserving and maximising its brilliance. For a romantic touch, the heart of the jewel is enhanced with this mobile gem.



Bracciale Force 10 di Fred

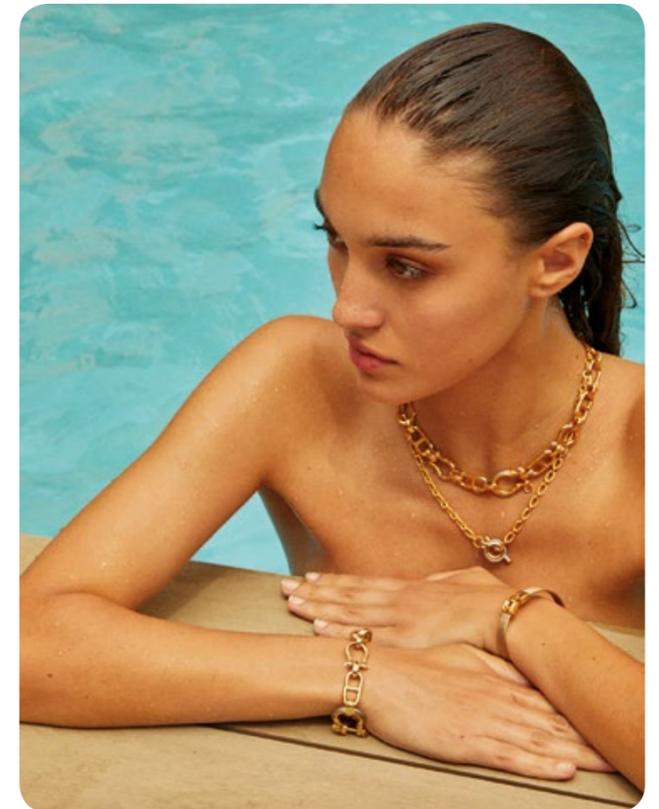
Nel 1966, Fred Samuel guardò suo figlio intrecciare una corda e controllare le catene prima di mollare gli ormeggi. In modo ingegnoso, si è ispirato a un cavo marino intrecciato e a un grillo da barca per creare un gioiello: il bracciale Force 10. L'autenticità del bracciale si rivela attraverso i 1500 fili che hanno reso famosa la sua corda intrecciata. All'epoca, il bracciale Force 10 rivoluzionò il mondo della gioielleria. Fred ha avuto il genio di combinare due materiali mai utilizzati prima in gioielleria: l'oro e l'acciaio. Questa combinazione lo ha reso un best seller nel settore della gioielleria.

-/ In 1966, Fred Samuel watched his son weave a rope and check his shackles before casting off. Ingeniously, he took inspiration from a braided marine cable and a boat shackle to create a jewel: the Force 10 bracelet. The authenticity of the bracelet is revealed through the 1500 threads that made its braided rope famous. At the time, the Force 10 bracelet revolutionised the world of jewellery. Fred had the genius to combine two materials that had never been used in jewellery: gold and steel. This combination made it a best seller in the jewellery industry.

La Maison Charriol reinterpreta la sua collezione di riferimento St-Tropez™.

Creata nel 1983, Charriol è una di quelle pepite di gioielleria con un design riconoscibile da migliaia di persone. Dopo aver reinterpretato l'orologio St-Tropez™ lo scorso anno, Charriol reinventa l'intera collezione iconica nel 2022. Ispirato dal famoso villaggio sul mare, questo modello ha visto il suo collegamento interamente ridisegnato, attraverso nuovi materiali e nuove forme. Moderna e audace, la linea St-Tropez™ Mariner è disponibile in bracciali e fasce, anelli e orecchini, collane lunghe e corte, il tutto pensato per essere mescolato e abbinato.

-/ Created in 1983, Charriol is one of those jewellery treasures with a design that is instantly recognisable. After a reinterpretation of the St-Tropez™ watch last year, Charriol is reinventing the entire iconic collection in 2022. Inspired by the famous seaside village, this design has seen its link entirely rethought, through new materials and new shapes. Modern and bold, the St-Tropez™ Mariner line features bracelets and bands, rings and earrings, long and short necklaces - all designed to be mixed and matched.



Bracciali Possession di Piaget, l'icona del divertimento

Questi bracciali audaci e giocosi in oro rosa sono impreziositi da una pietra dura ad ogni estremità e sono la firma della collezione Possession. Indossateli da soli o in combinazione per far emergere le molteplici sfaccettature della loro personalità grazie alle numerose tonalità della collezione.

-/ These bold and playful rose gold bracelets are adorned with a hard stone at each end and are the signature of the Possession collection. Wear them alone or in combination to bring out the multiple facets of their personalities thanks to the many shades in the collection.

Jean Paul
GAULTIER

SCANDAL

LE PARFUM

THE NEW INTENSITY

A woman with dark curly hair is wearing a voluminous, tiered red dress. She is standing in a room with light-colored curtains. In the foreground, there is a white marble bust of a woman's head. To the right, a red perfume bottle with a gold cap and a gold arm-shaped detail is visible. The bottle has a label that says "SCANDAL".

COTE
MAGAZINE

ESCAPE

MAGNA MARBELLA BY CLUB MED



Le Club 55, Plage de Pampelonne - Ramatuelle.



Resort Magna Marbella

VIVERE AL TEMPO DELL'ANDALUSIA

Club Med Magna Marbella

Con l'apertura del Magna Marbella, situato sulle alture della città ai piedi della Sierra Blanca, Il Club Med torna in Spagna. Bienvenido sur la Costa del Sol.

-/The new Magna Marbella, located in the hills above the city at the foot of the Sierra Blanca, marks Club Med's grand return to Spain. Bienvenidos a la Costa del Sol.

Club Med 
Club Med Magna Marbella
 0840 841 842
 clubmed.ch



La piscina principale è stata progettata come una laguna, e i lettini « days beds » si fondono con i lettini per creare aree di seduta più intime.

Vent'anni fa, il Club Med ha lasciato il Paese che per primo ha accolto i suoi simpatici soci negli anni Cinquanta. Infatti, è sull'isola di Maiorca che il primo club ha lanciato le vacanze che rendono felici, come desiderava il suo fondatore Gérard Blitz. Da allora, il concetto si è notevolmente evoluto e negli ultimi anni il marchio ha sottolineato il desiderio di offrire indirizzi più lussuosi, in linea con le attuali preoccupazioni in materia di comfort e protezione ambientale. E se Henri Giscard d'Estaing ha scelto Marbella, non è stato solo per il suo fantastico microclima... Affacciato sulla città, l'edificio era già un Club Med negli anni Ottanta.

« Il ritorno in Spagna è molto simbolico per noi, perché è lì che è iniziato tutto »

Henri Giscard d'Estaing, président du Club Med

Immerso in un'area verde ai piedi delle montagne della Sierra Blanca, il Club Med Magna Marbella è un vero paradiso per i genitori e i loro figli, per le coppie o anche per i lavoratori nomadi che amano lavorare + le vacanze. Con i suoi 4 Tridenti, questa fresca oasi gode di un clima mite ogni giorno dell'anno e di un'architettura aperta al mondo esterno. Terra di contrasti, l'Andalusia può essere scoperta attraverso le numerose attività offerte.

-/ It's been 20 years since Club Med left the country that first welcomed its friendly members in the 1950s. Indeed, it was on the island of Majorca that the first club launched the "vacation that makes you happy", as its founder Gérard Blitz put it. Since then, the concept has evolved significantly and in recent years the brand has stepped up its efforts to offer more luxurious addresses, in line with current concerns about comfort and environmental protection. Henri Giscard d'Estaing did not choose Marbella solely for its fantastic microclimate... Overlooking the city, the building was already a Club Med in the 1980s.

« The return to Spain is very symbolic for us, since it is where it all began. »

Henri Giscard d'Estaing, President of Club Med

Nestled in a green area at the foot of the Sierra Blanca mountains, Club Med Magna Marbella is a veritable paradise for parents and their children, couples and nomadic workers seeking workation (work + vacation, ed's note). With its 4 Tridenti, this refreshing oasis enjoys a mild climate every day of the year and an architecture open to the outside world. A country of contrasts, Andalusia can be discovered through the many activities on offer.

Abituati a collaborare con il Club Med, il duo di designer Marc Hertrich e Nicolas Adnet ha raccolto una sfida: immaginare un luogo nuovo su una struttura esistente e ancorarlo allo spirito andaluso. Illuminata da luce naturale, l'immensa hall è di colore verde. Volevamo portare la natura nello spazio", dice Marc Hertrich. Qui abbiamo approfondito il tema degli ulivi, così numerosi nelle fertili pianure circostanti, che continua nel ristorante Tierra Gourmet Lounge.

Omaggio a questa terra di contrasti, il ristorante offre piatti tipici spagnoli, carni stagionate e una cantina che propone degustazioni di specialità locali. Scendendo di un livello si scopre il ristorante principale, Sueños, dove i designer hanno creato tre spazi molto diversi tra loro, un omaggio al flamenco, all'arte equestre e a Picasso, cresciuto nella vicina città di Malaga.

Qui, come nel resto dell'hotel, gli architetti hanno deciso di creare grandi aperture per inondare il ristorante di luce naturale.

Distribuite su nove piani, anche le 485 camere si ispirano a questa vivace e colorata Andalusia, con motivi simili a moucharabieh, pelli di Cordova e grandi foto di cavalieri.

Tutte dispongono di un ampio balcone con zona salotto per godere della vista sul mare o sulla natura.

Se non è sulla spiaggia, il Magna Marbella è concepito come un'oasi, immersa in 14 ettari di giardini

Located at the crossroads of southern Spain, Magna Marbella Resort is the ideal starting point to discover the wonderful surrounding cities, witnesses of a rich Arab-Muslim heritage: Seville, Cadiz, Cordoba, Ronda, Málaga, Granada. Only an hour away, the sublime Ronda, whose bullring dates back to 1785, is an ideal getaway to better understand the region and its history. The excursions office also organizes visits to the

“Volevamo portare la natura nei locali”



Tutte le camere dispongono di un ampio balcone con zona salotto per godere della vista sul mare o sulla natura.

Picasso Museum in Málaga or the Caminito del Rey, an amazing walkway between the rocky cliffs of the Los Ardales Natural Park. For history and culture lovers, for city breakers, for nature lovers, for those who want to relax or stay active, Magna Marbella Resort is in many ways the perfect place.

A vast play area for families, a children's playground for children from four months, padel and tennis courts, five swimming spots including a calm pool in the heart of a Zen area, a Cinq Mondes Spa with its exceptional treatments, garden parties with a chic feria atmosphere... The establishment is not only for parents and their children, but also for singles and couples looking for rest... or fun! There is a practice & pitch and put at the Resort and lessons for advanced and beginners are included. Moreover, golfers can practice their game on the 70 courses on the Costa del Sol, whether they are experienced or just starting out. As a matter of fact, it was not far from the Club, in Málaga, that the very first golf course in



coltivati con una varietà di specie mediterranee. Nel punto più alto della collina, lo spazio Zen è un luogo tranquillo incastonato tra gli alberi, dove la piscina a sfioro è riservata agli adulti e il bar offre succhi di frutta freschi.

La spa, ormai un must, offre trattamenti Cinq Mondes in 14 cabine e dispone di una terrazza molto piacevole con vista sul mare, dove grandi letti invitano a fare un pisolino. Proprio accanto si trova una piscina interna ed esterna, con un arredamento in marmo caldo e luminoso particolarmente rilassante.

Più in basso, la piscina principale è stata progettata come una laguna, con lettini che



Area di Padel

si mescolano ai lettini per creare aree di riposo più intime.

Il vasto giardino si presta anche a eventi insoliti, come il Garden Party del mercoledì sera, dove grandi tavoli per gli ospiti e barbecue offrono un momento chic e originale. Come ogni sera, il Club si anima anche grazie a Pierre-Jean, lo chef del villaggio che incarna meravigliosamente lo spirito festaiolo del Club.

Un'ampia area giochi per le famiglie, la supervisione dei bambini a partire dai quattro mesi, campi da padel e da tennis,

“Il famoso pacchetto Club Med All Inclusive.”



Specialità locali e piatti gourmet di ispirazione internazionale.



Nel punto più alto della collina, lo spazio Zen è un luogo tranquillo immerso tra gli alberi.



Magna Marbella, Mini Club.



Il Garden Party del mercoledì sera.

Spain was built a century ago.

Used to working with Club Med, the design duo Marc Hertrich and Nicolas Adnet took up a challenge: to imagine a brand new place on an existing structure and anchor it in an Andalusian spirit.

Lit with natural light, the immense lobby displays shades of green. "We wanted to bring nature into the space, says Marc Hertrich. Here, we have explored the theme of olive trees, which are so numerous in the fertile plains of the surrounding area, a theme that extends into the Tierra Gourmet Lounge restaurant."

A tribute to this land of contrasts, the restaurant features typical Spanish dishes, matured meats and a wine cellar offering tastings of local specialties. Then you need to go down a level to discover the main restaurant, Bar Rouge, where the designers created three very different spaces, a tribute to flamenco, equestrian art and Picasso, who grew up in nearby Malaga. Here, as in the rest of the hotel, the architects chose to create huge openings to bathe the restaurant in natural light.

Spread over nine floors, the 485 rooms are also inspired by this lively and colorful Andalusia, with moucharabieh-like motifs, Cordoba leathers and large photos of horsemen. All of them feature a large balcony with a sitting area to enjoy the view of the sea or nature. Although not located on the beach, the Magna Marbella is designed as an oasis in a 14-hectare garden, filled with a variety of Mediterranean plants. At the highest point of the hill, the Zen space is a quiet place nestled among the trees, where the infinity pool is reserved for adults, while the bar offers fresh juices.

Now a must, the spa offers Cinq Mondes treatments in its 14 cabins and a very pleasant terrace with a view of the sea, where large beds are perfect for a siesta. Next door is an indoor and outdoor swimming pool, with a calm, bright marble decor that is particularly soothing. A little lower down, the main pool has been designed as a lagoon, and day beds mingle with loungers to create more intimate rest areas. The vast garden also lends itself to unusual events, such as the Wednesday night Garden Party, where large guest tables and barbecues ensure a chic and original moment. Every evening, the Club comes alive thanks to Pierre-Jean, the chef de village, who wonderfully embodies the club's festive spirit.



La Cinq Mondes Spa ha 14 cabine e una piscina.



cinque punti di balneazione tra cui una piscina tranquilla nel cuore di un'area zen, una Spa Cinq Mondes con i suoi trattamenti eccezionali, feste in giardino con un'atmosfera da feria chic... Lo stabilimento non è solo per i genitori e i loro bambini, ma anche per i single e le coppie in cerca di riposo... o di divertimento! Il Resort dispone di un campo di allenamento e di pitch and put, nonché di lezioni per giocatori esperti e principianti. E non dimentichiamo i golfisti: che siano esperti o aspiranti tali, possono esercitarsi sui 70 campi della Costa del Sol. Infatti, il primo campo da golf in Spagna è stato costruito non lontano dal Club, a Malaga, un secolo fa.

Sierra Blanca Ristorante principale all'aperto e al coperto



*“A golf infrastructure in the resort,
a unique asset.”*

Situato al crocevia della Spagna meridionale, il Magna Marbella Resort è il punto di partenza ideale per scoprire le meravigliose città circostanti, testimoni di un ricco patrimonio arabo-musulmano: Siviglia, Cadice, Cordova, Ronda, Malaga, Granada. A solo un'ora di distanza, la sublime Ronda, la cui arena risale al 1785, è una fuga ideale per comprendere meglio la regione e la sua storia. L'ufficio escursioni vi invita anche a scoprire il Museo Picasso di Malaga o il Caminito del Rey, sorprendenti passerelle tra le scogliere rocciose del Parco Naturale Los Ardales. Per gli amanti della storia e della cultura, per gli amanti della città, per gli amanti della natura, per chi vuole rilassarsi o rimanere attivo, il Resort Magna Marbella è per molti versi il luogo perfetto.



GRAFF.COM ©2022

GRAFF

THE MOST FABULOUS JEWELS IN THE WORLD

ELETRAE

IL PRIMO HYPER-SUV COMPLETAMENTE ELETTRICO



Sono aperte le prenotazioni.

Scopri prezzi e allestimenti online.



[LOTUSCARS.COM](https://www.lotuscars.com)

L'omologazione e la misurazione del consumo saranno effettuate subito prima del lancio sul mercato. La sua omologazione avverrà nell'ambito della sua immissione sul mercato.