

COTE

M A G A Z I N E

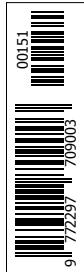
LE LUXE & le règne animal

LUXURY AND THE ANIMAL KINGDOM

L'ÉCLAT DE L'HIVER CHEZ **MICHAUD** – **RICHARD MILLE** & BROUH SUPERIOR – **BVLGARI** & LARA WOLF – **BENTLEY**
WISHLIST – L'INVITÉ **AUREL BACS** – **ALPEOR** ULITUDE – **MONTAGNES & PALACES** D'HIVER – **CLOS POMPADOUR** 2017



N° 151 - DÉCEMBRE 2015-JANVIER 2016 - CHF 12.50



EXTREMELY ADDICTIVE

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

cote-magazine.ch



REACH FOR THE CROWN

LA SKY-DWELLER

MICHAUD
BIJOUTERIE & HAUTE HORLOGERIE
NEUCHÂTEL • VERBIER | WWW.MICHAUD.CH



ROLEX



It takes time to become an icon,



when you are different.



ART DIR: PAUL MARCIANO PH: TATIANA GERUSOVA © GUESS?, INC. 2025

L'esprit de l'indomptable



JOHN HARTUNG
Chief Editorial Officer

Dans les vitrines des grandes maisons, les fauves veillent. Panthères, serpents, chevaux et abeilles : le bestiaire du luxe fascine. Chaque animal totem semble incarner un fragment d'âme d'une marque : la panthère pour Cartier, le cheval pour Hermès, le lion pour Chanel. Ils racontent l'instinct, la puissance, la séduction, la fécondité. Derrière le raffinement du geste et de la matière, est-ce la part primitive de l'humain qui s'exprime ? Pas uniquement. Ils sont l'esprit de l'indomptable, la beauté dont on se pare, la peur que l'on apprivoise. Depuis des millénaires, les animaux sont nos compagnons, nos adversaires, nos ambassadeurs. Notre fierté de les avoir dominés se mêle à la tristesse de les avoir soumis. Or, si le lion a cédé sa place à l'Homme, dans nos inconscients collectifs tapis au fond de nos âmes – il est notre roi. L'animal est notre lien avec l'éternel, avec le subtil et l'inconnu. Il renvoie à ce qui nous dépasse, à ce que l'on souhaite maîtriser pour masquer une réalité qui nous lacère de ses griffes : nous durons le temps d'un souffle. Fragiles, nos vies s'écoulent dans le battement d'aile d'un papillon. L'animal est une porte vers l'immortalité. Notre lien avec le sacré, l'insoupçonné, l'indicible. Cette édition de COTE Magazine leur est dédiée. Elle rend hommage aux métiers d'art, aux créations des artistes et artisans de ces marques qui, chaque année, nous font rêver. Pour restituer un peu de la magie qu'ils nous offrent, notre rédaction s'est parée des traits de crayons de l'artiste Anna Blachut, du témoignage de Richard Orlinski et d'autres voix qui sifflent, hurlent et rugissent à travers nos pages. Le monde animal est le trésor de l'humanité. Requins et papillons, jaguars et chevaux se joignent à nous pour vous souhaiter de belles fêtes et une année sauvage !

-/ In the windows of the great mansions, the wild creatures keep watch. Panthers, serpents, horses and bees, the luxury world's bestiary has a magnetic pull. Each totem animal seems to embody a fragment of a brand's soul: the panther for Cartier, the horse for Hermès, the lion for Chanel. They speak of instinct, power, seduction, fertility. Beneath the refinement of craft and material, is it our own primal nature that breaks through? Not only that. They are the spirit of what cannot be tamed, the beauty we adorn ourselves with, the fear we learn to master. For millennia, animals have been our companions, our rivals, our emissaries. Our pride in having dominated them coexists with the sorrow of having subdued them. And yet, even if the lion has surrendered its throne to humankind, in our collective unconscious – deep within our souls – it remains our king. Animals are our link to the eternal, to the subtle and the unknown. They reflect what lies beyond us, what we seek to control to hide a truth that claws at us: we last no longer than a breath. Fragile, our lives pass in the flutter of a butterfly's wing. The animal is a doorway to immortality, a thread connecting us to the sacred, the unseen, the unsayable. This edition of COTE Magazine is dedicated to them. It pays tribute to the métiers d'art, to the creations of the artists and craftsmen of the great mansions who, year after year, make us dream. To recapture a little of the magic they offer, our editorial team has welcomed the pencil strokes of artist Anna Blachut, the reflections of Richard Orlinski, and other voices that whistle, howl, and roar across our pages. The animal world is humanity's treasure. Sharks and butterflies, jaguars and wild horses join us in wishing you a joyous festive season, and a wonderfully wild year ahead!

RICHARD MILLE



RM 63-02

Calibre maison squeletté à remontage automatique
Réserve de marche de 50 heures (± 10 %)
Platine et ponts en titane grade 5,
Affichage temps universel 24 heures
Date surdimensionnée
Sélecteur de fonctions
Boîtier en or rouge 5N et titane grade 5
Édition limitée de 100 pièces

* LA PERFORMANCE MÉCANIQUE POUSSÉE À L'EXTRÊME

A Racing Machine
On The Wrist

Le luxe ultime

Cette année, nous nous sommes adressés à notre part sauvage. En commençant avec l'année du Serpent et en terminant avec le luxe et le règne animal, nous avons cherché l'animal qui sommeille en nous, totem bien gardé. Plus que du rêve, il fallait de l'instinct pour sortir pensées et aspirations du tintamarre quotidien. Et si l'instinct était devenu le véritable luxe ? S'il nous était possible, cet hiver, en retrouvant les nôtres et du temps pour nous, de renouer avec ces parts plus profondes, plus simples, de nos êtres ? Ne dit-on pas que le bonheur est dans la simplicité ? Comme vous peut-être, j'ai le sentiment d'avoir ajouté, cette année, des couches de complexité. Toutes ces choses «necessaires» que j'ai apprises ne m'ont-elles pas alourdi ? L'instinct n'ajoute rien : il invite à revenir. À retirer. À épurer. Il est un rappel discret à la présence, à la conscience, à ce petit territoire en nous où la terre redevient fertile lorsqu'on la laisse tranquille. Cet hiver, laissons reposer ce qui doit germer. Et ennuions-nous un peu, maintenant qu'il est avéré que cela nous fait du bien.

-/ Beginning with the Year of the Snake and closing with this edition on luxury and the animal kingdom, we sought the creature that lives within us, quietly guarding its own totem. More than dreams, it took instinct to lift our thoughts and aspirations above the daily noise. What if instinct had become the ultimate luxury? What if this winter - in the company of those we love and with a little time for ourselves - we could reconnect with those deeper, simpler layers of who we are? After all, isn't happiness often found in simplicity? Like many of you, I feel I've added layers of complexity this year. All the things I've learned "necessary" as they were have weighed on me. Instinct adds nothing; it invites us back. To strip away. To refine. It is a quiet reminder of presence, of awareness, of that small inner territory where the soil becomes fertile again the moment we stop disturbing it. This winter, let's allow what needs to grow to rest. And let's give ourselves permission to be a little bored, now that we know it's actually good for us.

JOHN HARTUNG
Chief Editorial Officer



Forbes Global Properties Swiss & Alps
...now in Verbier!

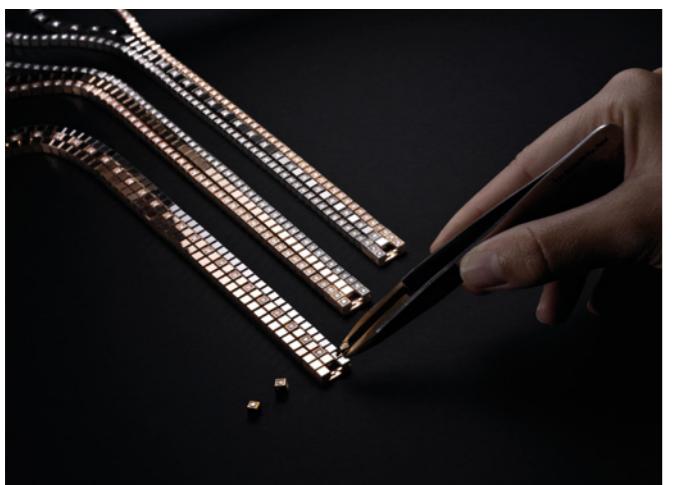
With Forbes as your guide, access to the world's most discerning buyers and the best luxury residences.

Contact **Laura FARRAND** for more information: laura.farrand@fgp-swissandalps.com - +41(0)79 416 53 84
Route de Verbier Station 100 - 1936 Verbier





L'éclat d'une passion partagée avec Bvlgari
Lara Wolf
Page 40



Chopard : Sculpted by Light, l'appel de la lumière
Page 44



MESSIKA®
MESSIKA MOVE NOA Ciselé Semi-Pavé Bangle
LOUIS VUITTON Alma BB Bag Silver
CLARINS Joli Rouge Velvet
Page 59



COVER
Dans cette édition, COTE Magazine honore le règne animal, source d'inspiration inépuisable pour les grandes maisons. Signées par l'artiste genevoise Anna Blachut, la couverture et les illustrations offrent un récit poétique dans lequel chaque être vivant rayonne de majesté.

Édito	8
Perspective	10
COTE loves : cooking	18

POST-SCRIPTUM	19
Savoirs inutiles	20
À lire	22
Quand la nature et les sens redéfinissent le luxe	24

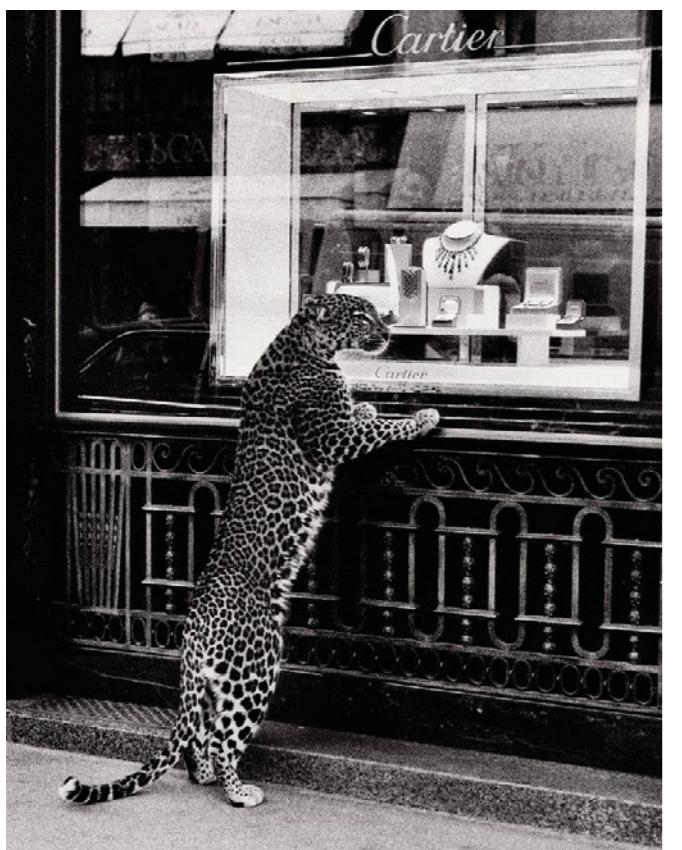
TENDANCES	27
Winter trends	28
Little treasures	30
L'éclat de l'hiver chez Michaud	32
Richard Mille x Brough Superior : en piste avec la RMB01	34
Hublot x Daniel Arsham	36
Alpina : Sybille Blanjean, l'élan du sommet	38
L'éclat d'une passion partagée avec Bvlgari	40
Chopard : Sculpted by Light, l'appel de la lumière	44
Bentley : Philip G. Queffelec, itinéraire d'un passionné	46
GENESIS GV60 Sport+, le plaisir en mode boost	48
Citroën : l'art du voyage électrique selon le DS N°8	50
The Collector : Aurora, un écrin précieux	52
Voguin, le luxe au féminin	54
Curiosity Store, quand curiosité rime avec découverte	56
CHANEL à Gstaad	58

WISHLIST	59
Golden Winter	60
Silver glow	61
Shades of brown	62
Red kiss	63
Black magic	64



H
U
B
L
O
C
T

OWN IT



Le luxe et le règne animal
La panthère de Cartier, libre et insoumise
Page 68



L'invité
Aurel Bacs
Page 108

LE LUXE ET LE RÈGNE ANIMAL	65
Animals, luxury icons	66
Watches	95
Anna Blachut, animaux haute couture	96
Imprimés animaliers : l'instinct du style	98
Richard Orlinski, sculpteur du vivant	100
Des rois et des bêtes	104
BUSINESS & LEADERS	107
L'invité : Aurel Bacs	108
LGT : investir au fil des générations, une stratégie princière	112
Pictet : philanthropie, nouvelle génération	114
Veuve Clicquot, Bold Future Award Suisse	118
The Real Deal : luxe, les matières animales en voie d'extinction ?	122
ART & CULTURE	125
MAH : muséothérapie, lorsque le musée soigne	126
Un Américain à Paris au GTG	128
Angelina Bertrand, l'art de la présence	130
Les Monstrueuses de Kévin Germanier	132
Le Minimalisme ou l'art de faire parler la matière	134
Des dieux et des bêtes !	136
L'expérience immersive signée Contrechamps	138
ESCAPE	139
COTE Travel Guide : montagnes et palaces d'hiver	140
PONANT EXPLORATIONS : Polynésie confidentielle	146
Offaxis, la nouvelle référence du wakeboat de luxe	147
Explora, a luxury ocean journey	148
BEAUTY & HEALTH	149
Alpeor Ultitude, la nature pour essence	150
Caudalie pour les fêtes	151
Swissline, longevity in a bottle	152
La Clinique Amiia, l'harmonie entre santé et esthétique	154
Rhône Dental Clinic : la haute précision au service du sourire	156
Centre Assal : la santé du danseur au cœur du mouvement	158
URBAN, NOTRE CITY GUIDE	159
Les bonnes adresses à l'usage de ceux qui veulent sortir intelligemment	
TROMBINOSCOTE	189
Revue en images des soirées incontournables	



GRAFF

Impressum



LES ÉDITIONS COTE SA

EDITORIAL

CHIEF EDITORIAL OFFICER
John Hartung / j.hartung@cote-magazine.ch

DEPUTY EDITOR
Victoria Javet / v.javet@cote-magazine.ch

CONTRIBUTORS

Katia Baltera, Sherif Mamdouh, Agathe Forichon, Victoria Javet,
John Hartung, Philippe Perret du Cray, Morgane Marchon,
Julie Bellotto, Eleonora Cattaneo, Julie des Esseintes
laredaction@cote-magazine.ch

DESIGN & PRODUCTION

GRAPHIC DESIGNERS
Morgane Marchon / morgane.marchon@cote-magazine.ch
Maëva Dessieux / pao@cote-magazine.ch

PHOTOGRAPHER
Morgane Meys / morgane.marchon@cote-magazine.ch
Marc Ninghetto / marc@lafabrique.ch

MARKETING & SALES

SALES MANAGER
Laurence Chalvet / l.chalvet@cote-magazine.ch

BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER ZÜRICH & LUGANO
Philippe Perret du Cray / ppdc@cote-magazine.ch

KEY ACCOUNT & PR MANAGER
Linda Cohen / l.cohen@cote-magazine.ch

PROJECT & CONTENT MANAGER
Agathe Forichon / agathe.forichon@cote-magazine.ch

ADMINISTRATION & DISTRIBUTION

info@cote-magazine.ch

HUMAN RESOURCES
rh@cote-magazine.ch

Subscriptions: info@cote-magazine.ch



LES ÉDITIONS COTE MAGAZINE SUISSE
Head office: Rue Eugène Marziano 37, CH 1227 Genève / Tél. +41 22 736 56 56 / cote-magazine.ch

COTE MAGAZINE GENÈVE
French/English
Seven issues a year

COTE MAGAZINE ZURICH
German/English
Four issues a year

COTE MAGAZINE LUGANO
Italian/English
Two issues a year

Reproduction, even partial, of articles and illustrations published in COTE Magazine is prohibited. Distribution list for French-speaking Switzerland, German-speaking Switzerland & Ticino on request.

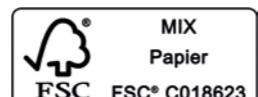
Distribution partnership with CANONICA and Geneva Airport's VIP lounges - Salon Skyview and Salon Aspire - Swissport.
COTE benefits from an exclusive distribution partnership with the Fondation pour Genève and the association Les Clefs d'Or Genève.



ASPIRE
INTERNATIONAL AIRPORT LOUNGES



Les Clefs d'Or
Genève



REMP CERTIFIED MAGAZINE
FROM 01/04/2022 TO 31/03/2023

Geneva
22,269 copies distributed per issue
3,760 copies sold per issue
25,000 copies (total circulation)

Zurich
20'777 copies distributed per issue
1'883 copies sold per issue
25'000 copies (total circulation)
Lugano
16'000 copies (total circulation)





Filet de bœuf en croûte, sauce moutarde au Grand Marnier

-/ Beef tenderloin in pastry crust with Grand Marnier mustard sauce

Ingédients:

- 500 g de filet de bœuf
- 160 g de tranches de lard aux herbes
- 320 g de pâte feuilletée (rectangle env. 25 × 40 cm)
- Un peu de moutarde à gros grains
- 1 jaune d'œuf

Sauce moutarde au Grand Marnier:

- 50 g d'échalotes finement hachées
- 50 g de beurre
- 50 g de Grand Marnier
- 50 g de fond de légumes
- 40 g de jus d'orange + le zeste
- 100 g de crème
- 20 g de moutarde à gros grains

Préparation de la sauce:

1. Faire revenir les échalotes dans le beurre, saler légèrement.
2. Déglaçer au Grand Marnier, puis ajouter le reste des ingrédients.
3. Laisser mijoter 5 minutes et mixer finement.

Préparation du filet de bœuf:

1. Saler le filet de bœuf et le saisir de tous côtés.
2. L'envelopper ensuite dans le lard et la pâte feuilletée.
3. Badigeonner de jaune d'œuf et cuire au four à 200 °C jusqu'à 54 °C au cœur (env. 25-30 min).
4. Laisser reposer 10 minutes avant de trancher.

Recette de cocktail: X-Mas Dream

Ingédients:

- 4 cl de Grand Marnier
- 2 cl de porto
- 1 cl de vermouth di Torino (Cinzano Bottega 1757 Rosso)
- 3 cl de ginger ale
- 1 cl de jus de citron
- 1 pincée d'épices pain d'épices

Préparation:

1. Avec un shaker, mélanger tous les ingrédients avec des glaçons.
2. Filtrer et servir dans un tumbler avec des glaçons et une tranche d'orange.

Ingredients:

- 500 g (1.1 lb) beef fillet
- 160 g (5.6 oz) herb-flavored bacon slices
- 320 g (11 oz) puff pastry (rectangular, approx. 25 × 40 cm / 10 × 16 in)
- A little whole-grain mustard
- 1 egg yolk

Grand Marnier mustard sauce:

- 50 g (1.8 oz) shallots, finely chopped
- 50 g (1.8 oz) butter
- 50 g (1.8 oz) Grand Marnier
- 50 g (1.8 oz) vegetable stock
- 40 g (1.4 oz) orange juice + zest
- 100 g (3.5 oz) cream
- 20 g (0.7 oz) whole-grain mustard

Sauce preparation:

1. Sauté the shallots in butter and season lightly with salt.
2. Deglaze with Grand Marnier, then add the remaining ingredients.
3. Simmer for 5 minutes, then blend until smooth.

Beef preparation:

1. Season the beef fillet with salt and sear on all sides.
2. Wrap it in the bacon slices and puff pastry.
3. Brush with the egg yolk and bake in a preheated oven at 200 °C (390 °F) until the internal temperature reaches 54 °C (130 °F) for medium-rare (approx. 25-30 min).
4. Let rest for 10 minutes before slicing.

Cocktail recipe: X-Mas Dream

Ingredients:

- 4 cl (1.3 oz) Grand Marnier
- 2 cl (0.7 oz) port
- 1 cl (0.3 oz) vermouth di Torino (Cinzano Bottega 1757 Rosso)
- 3 cl (1 oz) ginger ale
- 1 cl (0.3 oz) lemon juice
- A pinch of gingerbread spices

Preparation:

1. Shake all ingredients with ice.
2. Strain into a tumbler over ice and garnish with an orange slice.

POST-SCRIPTUM

SAVOIRS INUTILES – À LIRE – LA CHRONIQUE D'ELEONORA CATTANEO



Gina Lollobrigida celebrates Christmas, 1961 © Getty Images

SAVOIRS INUTILES

La nature est fascinante et pourrait bien vous surprendre, avec des savoirs intéressants... mais parfaitement inutiles.

-/ Nature is fascinating and might just surprise you, with intriguing knowledge... that is completely useless.

Julie Bellotto

L'hippopotame, malgré son allure tranquille, court bien plus vite qu'un humain, pouvant atteindre les 30 km/h.

-/ The hippopotamus, despite its seemingly calm demeanor, can run much faster than a human, reaching speeds of up to 30 km/h.

On peut identifier un chien rien qu'à son museau, aussi précis et unique qu'une empreinte digitale humaine.

-/ A dog can be identified just by its nose, as precise and unique as a human fingerprint.

Une fourmi ouvrière fait environ 250 siestes d'une minute par jour, la preuve que le sommeil fractionné, ça marche !

-/ A worker ant takes around 250 one-minute naps a day, proving that segmented sleep really works!

Chez les crocodiles, pas de hasard, la mère peut choisir le sexe de ses bébés en enterrant ses œufs à la bonne profondeur.

-/ With crocodiles, there's no luck involved: the mother can determine the sex of her babies by burying the eggs at just the right depth.

Tout comme nous, les vaches ont des meilleures amies et deviennent stressées si elles sont séparées d'elles.

-/ Just like us, cows have best friends and get stressed when they are separated from them.

Les hérissons ne digèrent pas le lactose, preuve que même les animaux ont leurs petits tracas alimentaires.

-/ Hedgehogs can't digest lactose, proving that even animals can suffer from food intolerances.

Les loutres ne se séparent jamais de leurs cailloux préférés, soigneusement cachés dans de petites poches sous leurs pattes.

-/ Otters never part from their favorite stones, carefully tucked away in little pouches under their paws.

Même les abeilles ont besoin d'une pause café: elles s'endorment quelques minutes sur une fleur avant de retourner butiner.

-/ Even bees need a coffee break: they snooze for a few minutes on a flower before going back to foraging.



DESIGNED TO WIN

EVEN IN THE OFF SEASON.



BOUTIQUES TAG HEUER
GENÈVE, LUCERNE, ZURICH
TAGHEUER.COM

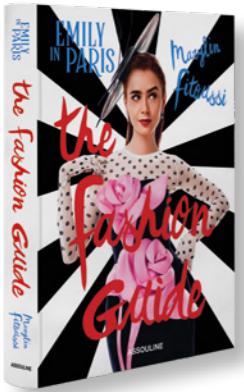


À LIRE

Aussi esthétiques qu'instructifs, ces ouvrages se laissent dévorer le temps d'une tasse de thé, ou plus si affinités.

-/ Beautiful as well as informative, these books are easily enjoyed over a cup of tea, or for longer, should you be tempted.

Victoria Javet

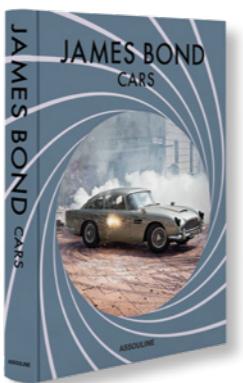


Emily in Paris: The Fashion Guide

ASSOULINE

Après la série éponyme, *Emily in Paris: The Fashion Guide* explore le vestiaire de la plus Parisienne des Américaines. Avec ses couleurs vives et une certaine dose d'extravagance, le look de l'héroïne Emily Cooper est tout sauf *boring*. D'abord avec Patricia Field, puis avec la costumière Marilyn Fitoussi, on suit avec délice l'évolution du style de l'héroïne tout au long de son parcours parisien chez Savoir, jusqu'à ses aventures dans la capitale italienne.

-/ After the hit series, „Emily in Paris: The Fashion Guide“ dives into the wardrobe of the most Parisian of Americans. With its bold colors and a certain dose of extravagance, heroine Emily Cooper's style is anything but boring. First with Patricia Field, then with costume designer Marilyn Fitoussi, we delight in following the evolution of Emily's look throughout her Parisian journey at Savoir and into her adventures in the Italian capital.



James Bond Cars

ASSOULINE

Des Aston Martin équipées de sièges éjectables à la Lotus Esprit transformée en sous-marin, en passant par une gondole vénitienne réinventée en aéroglisseur, les véhicules de 007 ont façonné un univers cinématographique unique. Avec *James Bond Cars*, Assouline présente 25 automobiles légendaires, des motos, hélicoptères, hors-bords, dirigeables, motoneiges, jet-packs, compilés par Chris Corbould, superviseur des effets spéciaux et réalisateur de deuxième équipe oscarisé.

-/ From Aston Martins equipped with ejector seats to the Lotus Esprit transformed into a submarine, not to mention a Venetian gondola reinvented as a hovercraft, 007's vehicles have helped shape a unique cinematic universe. With „James Bond Cars“, Assouline presents 25 legendary automobiles, along with motorcycles, helicopters, speedboats, airships, snowmobiles, jet packs, compiled by Chris Corbould, the Oscar-winning special effects supervisor and second-unit director.



Cuisiner le terroir, ça déchire ! 100% Genève

Juste du Goût

Parrainé cette année par Zep et Titeuf, *Cuisiner le terroir, ça déchire !* met à l'honneur les chefs, producteurs et artisans de Genève. À travers 20 recettes sucrées et salées simples, des idées de boissons 100% locales, des dessins d'enfants et de Zep, les cuisiniers en herbe pourront s'éveiller aux goûts typiquement genevois. Une partie des ventes du livre sera reversée à l'association Zoé4life qui vient en aide aux enfants atteints de cancer.

-/ Sponsored this year by Zep and Titeuf, „Cuisiner le terroir, ça déchire!“ celebrates Geneva's chefs, farmers, and artisans. Featuring 20 easy sweet and savory recipes, ideas for 100% local drinks, and drawings by kids and by Zep, the book invites young cooks to explore Geneva's signature flavors. Part of the proceeds will be donated to Zoé4life, a charity that supports children with cancer.

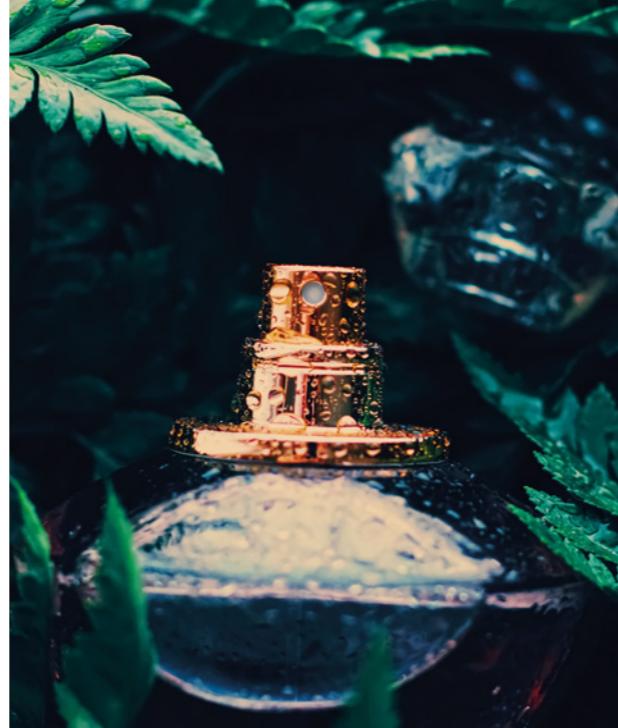


Accountable for generations

MIRABAUD
WEALTH MANAGEMENT



GENEVA ZURICH BASEL LUXEMBOURG LONDON PARIS MADRID BARCELONA
VALENCIA MILAN MONTREAL DUBAI SAO PAULO MONTEVIDEO



Quand la nature et les sens redéfinissent le luxe

Le luxe ne se résume plus à une question de prix ou d'exclusivité. Aujourd'hui, il s'exprime avant tout à travers une expérience: ce qu'elle nous fait ressentir sur le plan émotionnel, sensoriel, voire spirituel.

Luxury is no longer defined solely by price tags or exclusivity. Today, it is increasingly about how an experience makes us feel: emotionally, sensorially, and even spiritually.

Par Eleonora Cattaneo, Directrice du Master in Luxury Management & Guest Experience – Glion Institut de Hautes Études

Dans un monde saturé de bruit digital et de consommation effrénée, le luxe évolue vers quelque chose de plus immersif et de plus porteur de sens. Au cœur de cette transformation se trouve une source d'inspiration puissante et intemporelle: la nature.

La nature parle un langage universel. Ses textures, ses parfums, ses sons et ses rythmes parlent directement à nos sens, dépassant la logique pour atteindre le système limbique, partie du cerveau liée à la mémoire et aux émotions. C'est la raison pour laquelle une expérience de luxe inspirée du monde naturel a la capacité de nous toucher si profondément. Il ne s'agit pas seulement de ce que nous voyons ou touchons, mais de la manière dont ces sensations résonnent en nous.

Prenez l'exemple du design automobile haut de gamme. Lexus a adopté une philosophie de conception multisensorielle appelée Couleur, Matière et Finition (CMF). Les intérieurs mêlent cuirs souples, inserts de bois noble et accents métalliques évoquant les galets de rivière ou le grain du bois flotté. Cette approche s'inscrit dans les concepts japonais d'Omotenashi (hospitalité) et de Takumi (artisanat d'excellence), pour offrir une expérience véritablement immersive. Ces détails tactiles passent souvent inaperçus consciemment, mais éveillent en nous quelque chose de primitif et de familier.

Dans la vente et l'hôtellerie de luxe, les mêmes principes s'appliquent. Une boutique qui associe senteur d'ambiance, éclairage subtil et matériaux naturels crée un récit sensoriel qui s'imprime durablement dans la mémoire. Un lobby d'hôtel aux sols de pierre rappelant les strates géologiques, ou un spa imprégné d'essences de pin ou de brise marine, offre bien plus qu'un plaisir esthétique: c'est une véritable ancre émotionnelle.

Le parfum, en particulier, est un outil d'une puissance rare. Grâce à son lien direct avec la mémoire, une fragrance signature peut transformer une simple interaction en rituel. Les marques de luxe l'ont bien compris, en imaginant des senteurs sur mesure évoquant l'humus d'une forêt, l'air des Alpes ou la chaleur de l'ambre. Ces expériences olfactives deviennent partie intégrante de leur identité, tissant un lien émotionnel durable avec leurs clients.

Le son et l'espace jouent eux aussi un rôle essentiel. Le bruissement des feuilles, le murmure de l'eau ou le silence d'un lieu bien conçu suspendent le temps et invitent à favoriser le bien-être et la connexion.

Pourquoi cela compte-t-il aujourd'hui ? Parce que l'amateur de luxe ne recherche plus seulement le prestige: il aspire à l'authenticité, à la durabilité et à la résonance émotionnelle. Et justement, la nature incarne ces trois valeurs et ne se plie pas aux tendances: elle traverse le temps.

En renouant avec la nature, le luxe retrouve ce qu'il a de plus essentiel: la capacité à émouvoir.



Lexus LC © Lexus Europe

Lexus LS © Lexus Europe



In luxury retail and hospitality, the same principles apply. A boutique that pairs ambient scent with curated lighting and natural materials creates a sensory narrative that lingers in memory. A hotel lobby with stone floors echoing geological strata or a spa infused with the scent of pine or sea breeze offers more than aesthetic pleasure, it offers emotional anchoring.

Scent, in particular, is a potent tool. With its direct link to memory, a signature fragrance can transform a transaction into a ritual. Luxury brands have long understood this, crafting bespoke scents that evoke forest floors, alpine air, or warm amber. These olfactory experiences become part of the brand's identity, creating lasting emotional bonds with clients.

Sound and spatial design also play a role. The gentle rustle of leaves, the trickle of water, or the hush of a well-designed space can slow time, inviting guests to be present. Fostering a sense of wellbeing and connection.

Why does this matter now? Because today's luxury consumer seeks more than status, they seek authenticity, sustainability, and emotional resonance. Nature offers all three. It is not trend-driven; it is eternal. When luxury brands align their sensory language with nature's cues, they tap into a deeper, more enduring form of value.

In a world that craves meaning, nature remains luxury's most powerful muse.



UN CLUEDO SIGNÉ BRISTOL

À l'occasion de son centenaire, le palace Le Bristol Paris revisite le cultissime Cluedo en édition collector conçue avec Hasbro. Limité à 1 000 pièces numérotées, le plateau transporte les joueurs dans le décor feutré de l'hôtel, avec l'enquête centrée sur la disparition de Socrate, la célèbre chatte du palace. Une pièce de collection ludique et élégante pour les amateurs de design et de raffinement.

To mark its centenary, Le Bristol Paris has reimagined the iconic Cluedo game in a collector's edition created with Hasbro. Limited to 1,000 numbered pieces, the board plunges players into the hotel's plush interiors, with an investigation centered on the disappearance of Socrate, the palace's famous cat. A playful yet refined collector's item for lovers of design and sophistication.

TENDANCES

LITTLE TREASURES – MICHAUD – BVLGARI – BENTLEY – CURIOSITY STORE – CHANEL À GSTAAD



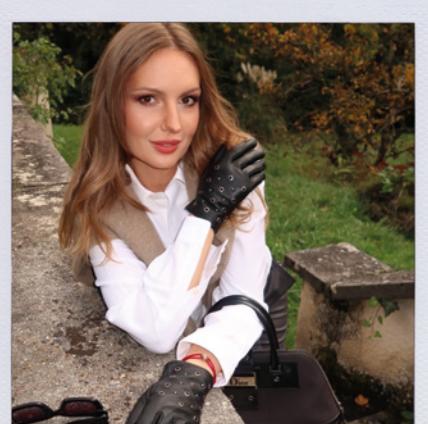
Paco Rabanne, 1966

Winter TRENDS

Cet hiver, les tendances aperçues sur nos feeds réchauffent les cœurs autant que les corps. Les silhouettes se couvrent de textures douces, la magie de Noël illumine les intérieurs, et l'on savoure un délicieux matcha bien chaud pendant que la neige tombe. Un mot d'ordre: cocooning.

-/ This winter, trends spotted on our feeds warm both hearts and bodies. Silhouettes are wrapped in soft textures, the magic of Christmas lights up interiors, and we savor a delicious, steaming matcha as the snow falls. One word: cocooning.

Morgane Marchon



@ASTYLISHSTORY

Les gants en cuir

Accessoire fétiche du vestiaire vintage, le gant en cuir revient en force. Long jusqu'au coude ou court façon motarde, il habille les mains d'une sensualité discrète, presque mystérieuse.

-/ A vintage wardrobe favorite, leather gloves are back in style. Long up to the elbow or short, biker-style, they dress the hands with discreet, almost mysterious sensuality.



@MARIEGAGUECH



The afghan coat

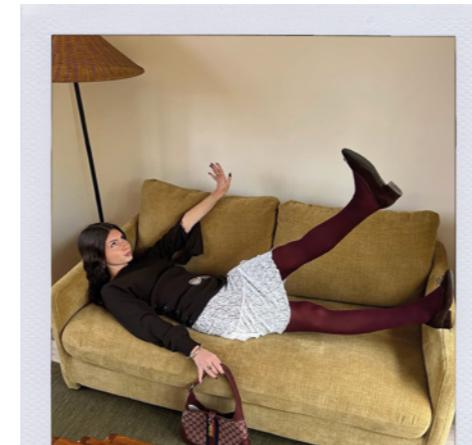
Ikône des années 1970, le manteau afghan séduit à nouveau par sa nonchalance. Bordé de fausse fourrure, dans des teintes neutres ou plus audacieuses, il évoque une silhouette à la fois bohème et chic.

-/ A 70s icon, the Afghan coat charms again with effortless nonchalance. Trimmed with faux fur, in neutral tones or brighter hues, it frames a silhouette that is both bohemian and chic.

Les collants colorés

Cet hiver, les collants osent la couleur. Entre nuances vives et textures, ils ponctuent les looks d'une note originale, subtilement visible sous nos manteaux.

-/ This winter, tights dare to embrace color. With vibrant shades and playful textures, they punctuate looks with a original twist, subtly peeking from beneath coats.



@PRETEMOITAVESTE



@BY.REGINA

Treck aesthetic

Entre ville et nature, le look trekking se fait fonctionnel. Vestes techniques, boots robustes et tons terreaux se superposent, pour des randonnées qui allient style et confort.

-/ Bridging city and nature, trekking-inspired style becomes functional. Technical jackets, sturdy boots, and earthy tones layer effortlessly for hikes that combine comfort with sartorial flair.

Le matcha ready-to-go

Sur les feeds des influenceuses, le matcha devient rituel. Oatly l'élève au rang d'incontournable avec sa boisson ready-to-go: vert profond, parfois délicatement parfumé à la vanille, à emporter au bureau ou à savourer brûlant à la maison.

-/ On influencer feeds, matcha has become a ritual. Oatly elevates it to must-have with its ready-to-drink matcha: deep green, sometimes gently scented with vanilla, perfect to take to the office or enjoy steaming hot at home.

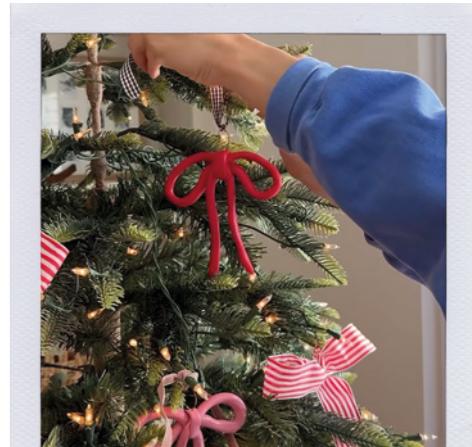


@OATLY

Diy de Noël

Noël s'écrit à la main et se personnalisé. Décorations sculptées, bougies modelées, miroirs dorés: le fait-main s'installe sur nos sapins et partout autour. Plus lent, plus intime, plus vrai.

-/ Christmas is written by hand and personalized. Sculpted decorations, molded candles, golden mirrors: handmade touches settle on our trees and throughout the home. Slower, more intimate, more authentic.



@DEBTRETTE

LITTLE TREASURES

Découvrez les dernières merveilles qui embellissent le temps, avec cette sélection de nouveautés horlogères.

-/ Discover the latest marvels that embellish time, with this selection of new timepieces.

Victoria Javet

L.U.C XP URUSHI UKIYO-E CHOPARD

Depuis plus de quarante ans, Karl-Friedrich Scheufele, coprésident de Chopard, nourrit une profonde admiration pour le Japon et son art de magnifier les objets du quotidien. S'inspirant de cette culture et de ses symboles, Chopard a récemment lancé plusieurs éditions spéciales L.U.C. mêlant traditions nippones et Métiers d'art. Produite en seulement huit exemplaires, L.U.C XP Urushi Ukiyo-e rend hommage à Hokusai avec une représentation du mont Fuji réalisée en maki-e par un maître laqueur. Son boîtier en or jaune éthique 18 carats abrite le calibre L.U.C 96.41-L, doté d'un micro-rotor en or 22 carats et d'une réserve de marche de 65 heures.

-/ For more than forty years, Karl-Friedrich Scheufele, Co-President of Chopard, has nurtured a deep admiration for Japan and its art of elevating everyday objects. Drawing inspiration from this culture and its symbols, Chopard has recently launched several special L.U.C editions that blend Japanese traditions with exceptional artistic craftsmanship. Produced in only eight pieces, the L.U.C XP Urushi Ukiyo-e pays tribute to Hokusai with a depiction of Mount Fuji executed in maki-e by a master lacquer artisan. Its case, crafted from ethical 18-carat yellow gold, houses the L.U.C 96.41-L calibre, equipped with a 22-carat gold micro-rotor and offering a 65-hour power reserve.



SEAMASTER AQUA TERRA OMEGA

Pour les Fêtes, OMEGA dévoile quatre idées cadeaux issues de sa collection Seamaster Aqua Terra, chacune reflétant l'ADN marin de la marque avec une identité esthétique propre. L'Aqua Terra demeure l'un des modèles les plus polyvalents d'OMEGA, alliant sportivité et élégance. En 2025, la collection s'enrichit de nouvelles tailles et déclinaisons, renforçant son statut de montre incontournable. Parmi les nouveautés, l'Aqua Terra 30 mm se distingue par le plus petit calibre Master Chronometer jamais conçu, offrant une précision remarquable dans un format raffiné. Cette version bicolore associe acier inoxydable et or Sedna™ 18K, avec un cadran vert sapin à finition soleil et des index en forme de coque de bateau.

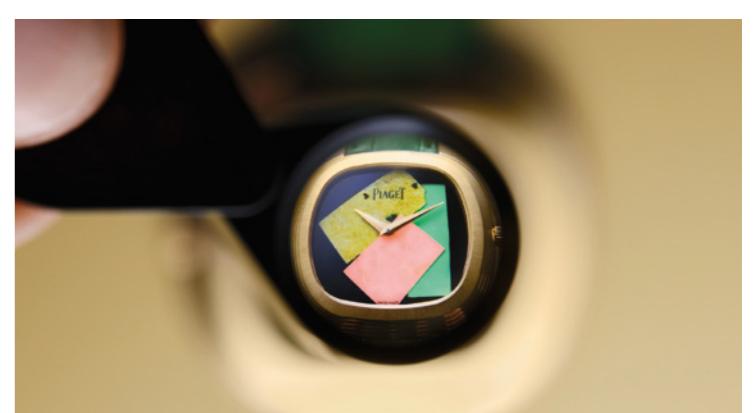
-/ For the holiday season, OMEGA unveils four gift ideas from its Seamaster Aqua Terra collection, each reflecting the brand's maritime DNA with its own distinct aesthetic. The Aqua Terra remains one of OMEGA's most versatile models, perfectly balancing sportiness and elegance. In 2025, the collection expands with new sizes and variations, further cementing its status as a must-have timepiece. Among the highlights, the 30 mm Aqua Terra stands out with the smallest Master Chronometer movement ever created, delivering outstanding precision in a refined format. This two-tone version combines stainless steel with 18K Sedna™ Gold, featuring a sun-brushed pine-green dial and boat-hull-shaped indexes.



ANDY WARHOL COLLAGE LIMITED EDITION PIAGET

En 2024, Piaget s'associait à la Fondation Andy Warhol for the Visual Arts et renommait la version contemporaine de son garde-temps « Montre Andy Warhol ». Aujourd'hui, la Maison et la fondation lancent une édition capsule limitée à 50 pièces, hommage à la créativité de l'artiste. S'inspirant du célèbre auto-portrait-collage Polaroid de 1986, ce garde-temps coloré se distingue par un cadran en marqueterie de pierres ornementales telles que l'onyx noir, la serpentine jaune, l'opale rose et la chrysoprase verte. À l'intérieur d'un boîtier à gradins de 45 mm en or jaune 18 carats, le mouvement Manufacture à remontage automatique 501P1 extra-plat offre 40 heures de réserve de marche. Le tout est monté sur un bracelet en cuir vert. Au verso, la montre figure une gravure de l'autoportrait d'Andy Warhol, le logo Piaget ainsi que la signature de l'artiste.

-/ In 2024, Piaget partnered with the Andy Warhol Foundation for the Visual Arts and renamed the contemporary version of its timepiece the "Andy Warhol Watch." Today, the Maison and the Foundation unveil a 50-piece limited edition, celebrating the artist's creativity. Inspired by Warhol's iconic 1986 Polaroid self-portrait collage, this vibrant timepiece features a dial in marquetry of ornamental stones, including black onyx, yellow serpentine, pink opal, and green chrysoprase. Housed in a 45 mm stepped-case in 18-karat yellow gold, it is powered by the extra-thin Manufacture 501P1 automatic movement, offering 40 hours of power reserve. The watch is paired with a green leather strap, and its case back is engraved with Warhol's self-portrait, the Piaget logo, and the artist's signature.





L'éclat de l'hiver CHEZ MICHAUD

Depuis près de 120 ans, la Bijouterie Michaud se fait la gardienne du temps et de la beauté, cultivant l'art du raffinement dans ses boutiques de Neuchâtel et de Verbier.

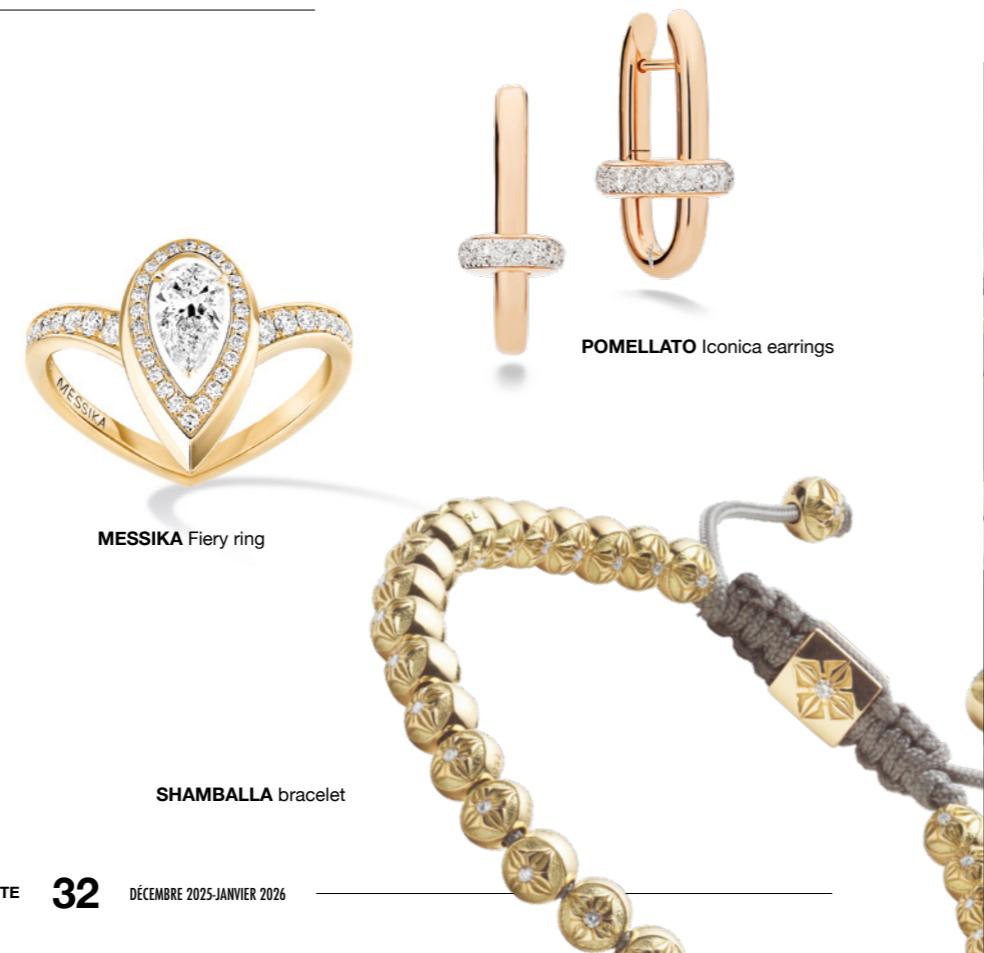
-/ For nearly 120 years, Bijouterie Michaud has been the guardian of time and beauty, cultivating the art of refinement in its boutiques in Neuchâtel and Verbier.

Cette saison, dans le silence ouaté des premières neiges, alors que les paysages se parent de cristaux et que la lumière se fait rare et précieuse, la Bijouterie Michaud dévoile une constellation de merveilles pour illuminer vos soirées d'hiver.

Messika enflamme les silhouettes avec ses créations Fiery, où les lignes audacieuses évoquent un feu de cheminée dont les flammes dansent délicatement sur la peau. Une ode à la féminité incandescente.

This season, in the hushed softness of the first snowfalls, when the landscapes shimmer with crystal and the light becomes rare and precious, Bijouterie Michaud unveils a constellation of wonders to illuminate your winter evenings.

Messika sets silhouettes ablaze with its Fiery creations, where bold lines evoke a crackling fireplace, the flames dancing delicately across the skin. A tribute to incandescent femininity.



Chez Chopard, les bijoux Happy Diamonds célèbrent la joie dans sa plus pure expression. Leurs diamants mobiles évoquent des flocons de neige prisonniers d'un écrin de lumière, une féérie en perpétuel mouvement.

Shamballa Jewels tisse des liens précieux avec ses bracelets réalisés sur-mesure en boutique à Verbier, véritables ponts entre tradition artisanale ancestrale et modernité affirmée. Chaque création devient unique, à l'image de celle qui la porte.

Akillis emprisonne l'instant présent dans sa collection Capture Me, où bracelets et bagues dévoilent un design rock pavé de diamants. Des bijoux-manifestes pour les esprits libres qui osent l'audace.

Pomellato réinvente enfin les codes de la féminité italienne avec Iconica, une collection vibrante de sensualité colorée et de générosité méditerranéenne.

Au poignet, la mythique J12 de Chanel s'impose comme l'icône intemporelle par excellence. Sa céramique blanc immaculé, rehaussée de diamants scintillants, capture la pureté de la neige éternelle dans un écrin horloger d'une élégance absolue.

Cet hiver, laissez-vous capturer par l'éclat d'une étoile, la promesse d'un diamant, le murmure d'une montre d'exception. Chez Michaud, chaque pièce raconte une histoire, peut-être la vôtre...



CHOPARD Happy Diamonds necklace

AKILLIS Capture Me bracelet

At Chopard, the Happy Diamonds jewelry celebrate joy in its purest form. Their free-moving diamonds recall snowflakes captured in a cradle of light, an enchantment in perpetual motion.

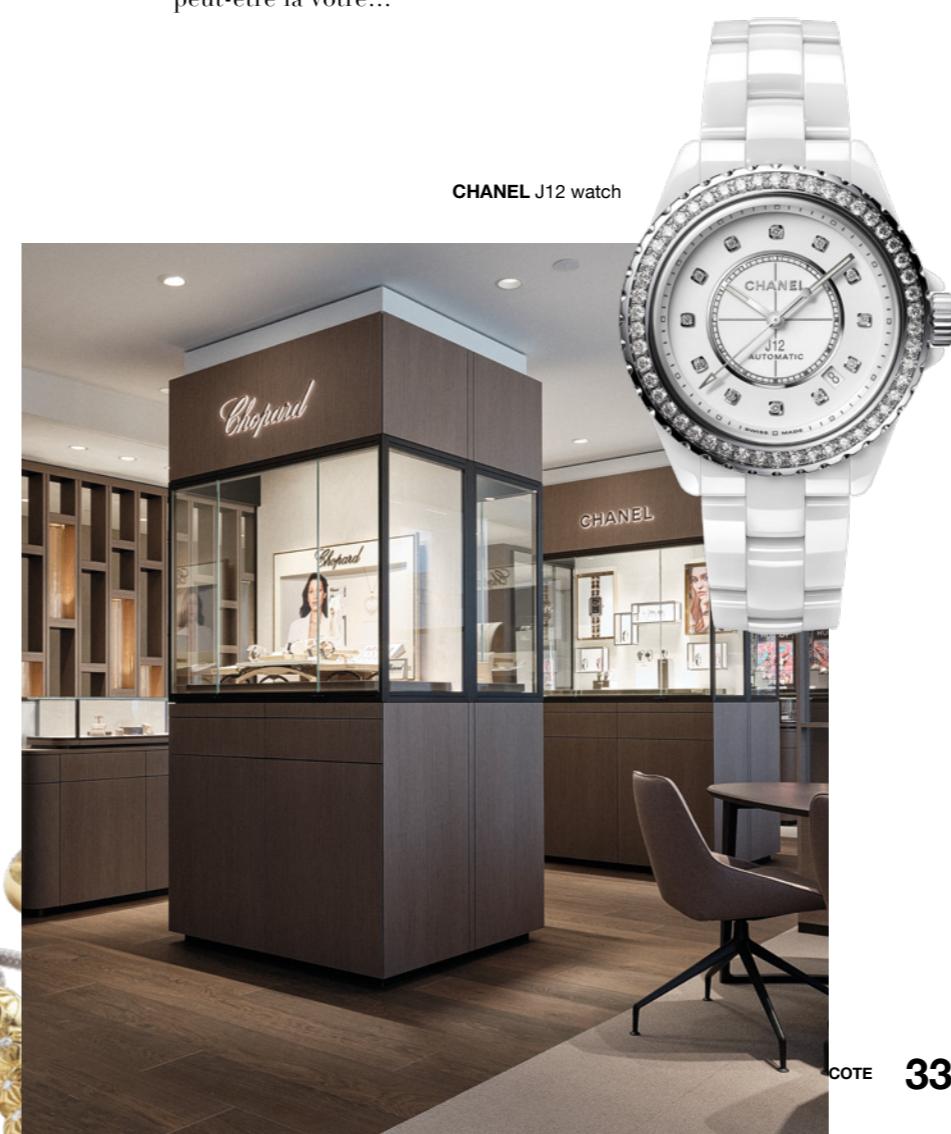
Shamballa Jewels weaves precious bonds with its made-to-measure bracelets crafted in the Verbier boutique, true bridges between ancestral artisanal tradition and confident modernity. Each creation becomes unique, just like the one who wears it.

Akillis captures the present moment in its Capture Me collection, where bracelets and rings reveal a rock-inspired, diamond-paved design. Statement pieces for free spirits who dare to be bold.

Pomellato reinvents the codes of Italian femininity with Iconica, a collection brimming with colourful sensuality and Mediterranean generosity.

On the wrist, Chanel's legendary J12 stands as the ultimate timeless icon. Its immaculate white ceramic, enhanced with shimmering diamonds, captures the purity of eternal snow in a watchmaking masterpiece of absolute elegance.

This winter, let yourself be captivated by the glow of a star, the promise of a diamond, the whisper of an exceptional timepiece. At Michaud, every piece tells a story, perhaps your own...





En piste avec la RMB01

Une rencontre entre précision horlogère et puissance mécanique, limitée à 150 modèles dans le monde.

./ A meeting of horological precision and mechanical power, limited to just 150 pieces worldwide.

Victoria Javet

Fruit d'une collaboration exclusive entre l'horloger Richard Mille et le constructeur de motos Brough Superior, la RMB01 est un bijou d'exception, à l'attention des amoureux de belles mécaniques. Plus qu'une moto, cette œuvre d'art cinétique a été conçue avec la même précision qu'un garde-temps de haute horlogerie. Pour aboutir à ce modèle, le fondateur de la marque horlogère a travaillé pendant 18 mois en étroite collaboration avec Thierry Henriette, CEO de Brough Superior.

Inspirée des Boardtrackers, premières motos de course apparues aux États-Unis dans les années 1910, la RMB01 donne des envies de liberté et d'intensité. Animée par un sculptural bicylindre de 997 cm³, elle offre 130 ch pleinement exploitables sur piste. Sportive et musculaire avec son châssis en carbone, son architecture reprend des éléments de l'horlogerie de pointe: aussi bien dans les matériaux utilisés, avec des alliages d'aluminium, du titane et du carbone, que dans le design des jantes et des carters, inspirés des engrenages et du tourbillon. Les finitions elles aussi, rappellent la minutie de l'univers horloger.

Limitée à 150 exemplaires numérotés, la RMB01 a été produite à la main en France. Disponible dès cette fin d'année 2025, elle se décline en trois versions: Nocturnal Sapphire (bleu nuit et détails bleus), Selene (gris mat et détails orange) et Pearl of Speed (blanc nacré et détails rouges).

./ The result of an exclusive collaboration between the watchmaker Richard Mille and motorcycle manufacturer Brough Superior, the RMB01 is a masterpiece crafted for true connoisseurs of fine engineering. More than a motorcycle, this kinetic work of art has been conceived with the same meticulous precision as a high-end timepiece. To bring it to life, the founder of the watchmaking house worked for 18 months in close collaboration with Thierry Henriette, CEO of Brough Superior.

Inspired by the legendary Boardtrackers, early racing motorcycles that first appeared in the United States in the 1910s, the RMB01 evokes a sense of freedom and intensity. Powered by a sculptural 997cc twin-cylinder engine, it delivers 130 horsepower fully unleashed on the track. Sporty and muscular, its carbon frame architecture borrows directly from haute horlogerie: from the materials used, aluminum alloys, titanium, and carbon fiber, to the intricate design of its wheels and casings, reminiscent of watch gears and tourbillons. Even the finishing details reflect the same craftsmanship and precision found in fine watchmaking.

Handcrafted in France and limited to 150 individually numbered units, the RMB01 will be available at the end of 2025 in three exclusive editions: Nocturnal Sapphire (midnight blue with blue accents), Selene (matte grey with orange details), and Pearl of Speed (pearl white with red highlights).

BOGHOSSIAN



www.boghossianjewels.com

HUBLOT x DANIEL ARSHAM

Hublot et Daniel Arsham révèlent une nouvelle collaboration exclusive, célébrant la fluidité du temps.

-/ Hublot and Daniel Arsham unveil an exclusive new collaboration celebrating the fluidity of time.

Victoria Javet

Après l'inoubliable MP-16 Arsham Droplet, une montre de poche transformable, Hublot s'associe à nouveau avec l'artiste américain Daniel Arsham, qui signe la première montre-bracelet pour l'horloger avec la Hublot MP-17 MECA-10 Arsham Splash Titanium Sapphire. Toute en transparence, cette pièce trouve son inspiration dans l'énergie vivante et la fluidité de l'eau, à travers un boîtier en verre saphir et titane de 42 mm qui reprend la forme d'une goutte dont les contours initialement parfaits ont évolué au fil du temps. Au cœur de ce garde-temps, le nouveau mouvement Meca-10 de Hublot à remontage manuel est visible à travers l'ouverture du cadran et le fond du boîtier en saphir. Le tout est retenu par un bracelet en caoutchouc noir grainé charmille décoré du monogramme Arsham avec boucle déployante en titane. A mi-chemin entre l'art et la haute horlogerie, cette pièce limitée à 99 exemplaires célèbre l'Art de la Fusion, invitant à voir le temps et le style de la maison Hublot sous un nouvel angle.

Hublot
Rue du Rhône 86, 1204 Genève
+41 22 545 37 10
hublot.com



Following the unforgettable MP-16 Arsham Droplet, a transformable pocket watch, Hublot once again joins forces with American artist Daniel Arsham for his first wristwatch creation for the brand: the Hublot MP-17 MECA-10 Arsham Splash Titanium Sapphire. Entirely transparent, this piece draws inspiration from the living energy and dynamic essence of water. Its 42 mm sapphire and titanium case evokes the shape of a droplet whose once-perfect contours have evolved over time. At the heart of the timepiece is Hublot's new hand-wound Meca-10 movement, visible through the open dial and sapphire caseback. The watch is fitted with a black textured rubber strap decorated with the Arsham monogram and a titanium folding clasp. Positioned between art and fine watchmaking, this limited edition of 99 pieces celebrates Hublot's Art of Fusion philosophy, inviting a new perspective on time and on the brand's distinctive style.

LALLIER
CHAMPAGNE
Aÿ - FRANCE





Sybille Blanjean, l'élan du sommet

Championne du Freeride World Tour 2022, elle s'affirme aujourd'hui comme l'un des visages suisses les plus prometteurs alors que le freeride s'apprête à rejoindre les JO d'hiver 2026.

-/ Champion of the 2022 Freeride World Tour, she now stands out as one of Switzerland's most promising faces, just as freeride prepares to make its Olympic debut at the 2026 Winter Games.

Julie Bellotto

Née à Verbier, Sybille Blanjean grandit au cœur des Alpes, façonnée par la verticalité de son environnement et par un rapport instinctif à la montagne. Très tôt, elle délaisse les structures du ski alpin pour la liberté du freeride, un choix audacieux qui lui permet de devenir ambassadrice d'Alpina, incarnant maîtrise, exigence et authenticité. Depuis plusieurs saisons, la maison suisse accompagne chaque étape de sa carrière, soutenant ses performances comme ses projets créatifs, dans un partenariat fondé sur des valeurs communes.

La victoire de Sybille à l'Xtreme Verbier en 2022 marque un véritable tournant dans sa carrière. Pour sa première participation à cet événement prestigieux, elle s'impose face aux meilleures mondiales. Depuis, elle confirme son statut avec des podiums réguliers en 2023 et 2024, notamment en Géorgie et sur le Freeride World Challenger, prouvant une constance rare sur la scène internationale. La saison 2026 s'annonce cruciale, alors que le Freeride World Tour se conclura à Verbier, tous les regards sont tournés vers Milan-Cortina 2026, où le freeride fera ses débuts aux Jeux Olympiques.

En tant qu'ambassadrice d'Alpina, Sybille Blanjean incarne une nouvelle génération d'athlètes suisses. Leur partenariat raconte une histoire commune, faite de passion pour la montagne, de rigueur et de recherche d'excellence. Au-delà des résultats, il reflète une vision partagée d'une performance authentique et inspirante.

-/ Born in Verbier, Sybille Blanjean grew up in the heart of the Alps, shaped by the verticality of her surroundings and an instinctive connection to the mountains. From an early age, she abandoned the structures of alpine skiing for the freedom of freeride, a bold choice that led her to become an ambassador for Alpina, embodying mastery, rigor, and authenticity. For several seasons, the Swiss house has supported every step of her career, backing both her performances and creative projects, in a partnership rooted in shared values.

Sybille's victory at the Xtreme Verbier in 2022 marked a turning point in her career. In her first participation in this prestigious event, she triumphed over the world's best. Since then, she has confirmed her status with regular podium finishes in 2023 and 2024, notably in Georgia and on the Freeride World Challenger, demonstrating rare consistency on the international stage. The 2026 season promises to be crucial: as the Freeride World Tour concludes in Verbier, all eyes are on Milan-Cortina 2026, where freeride will make its Olympic debut.

As an ambassador for Alpina, Sybille Blanjean represents a new generation of Swiss athletes. Their partnership tells a shared story of passion for the mountains, rigor, and pursuit of excellence. Beyond results, it reflects a vision of performance that is elegant, authentic, and inspiring.



cdl.ch/fr

Pour **toi**

SOUTIEN. STRUCTURE. SUCCÈS.

Depuis plus de 60 ans, le Collège du Léman à Genève accompagne chaque élève dans un parcours personnalisé, en français, en anglais ou en bilingue. Niché entre lac et montagne, notre campus accueille les enfants de 2 à 18 ans dans un environnement sécurisé, au sein d'une communauté internationale inspirante où curiosité et confiance en soi s'épanouissent naturellement.

En 2025, pour la quatrième année consécutive, nos élèves ont obtenu 100 % de réussite à la Maturité suisse - avec plusieurs notes parmi les meilleures résultats de Suisse romande - ainsi que 100 % au Baccalauréat français et au Diplôme du Baccalauréat International. Nos diplômés rejoignent les universités les plus prestigieuses, dont l'EPFL, Imperial College, UCL, Bocconi, McGill ou Sciences Po, prêts à évoluer avec assurance partout dans le monde.

admissions@cdl.ch | +41 22 775 56 56



L'éclat d'une passion partagée AVEC BVLGARI

Artiste passionnée et membre de la famille Bvlgari Suisse,
Lara Wolf puise son inspiration à la croisée de l'art et de la joaillerie.

-/ Passionate artist and member of the Bvlgari family in Switzerland,
Lara Wolf draws her inspiration at the crossroads of art and jewelry.

Propos recueillis par Linda Cohen

Quelles valeurs partagez-vous avec la Maison Bvlgari ?

«Avec ma double culture, notamment perse, je viens d'un univers imprégné d'histoire, d'art et de beauté intemporelle, des qualités que je retrouve aussi à Rome, berceau de Bvlgari. En tant qu'actrice, je suis animée par le pouvoir du récit et de l'empathie. Les créations de Bvlgari racontent des histoires, suscitent des émotions et installent une atmosphère singulière. J'aime la part de rêve, l'élegance et l'audace assumée qui caractérisent les pièces de la Maison. Ce sont des valeurs auxquelles j'aspire, tant sur le plan personnel que professionnel, et qui expliquent le lien profond que je ressens avec Bvlgari.»

What values do you share with Bvlgari?

“With my half-Persian heritage, I come from a culture steeped in rich history, art and timeless beauty, qualities that I also find in Rome, the birthplace of Bvlgari. As an actress, I am passionate about storytelling and empathy. Bvlgari's creations tell stories, evoke emotions and create an atmosphere. I love the fantasy, elegance and unapologetic boldness that characterise Bvlgari pieces. These are all values that I aspire to both personally and professionally, which is why I feel so close to the house.”

Photo © Simone Lombard / Collaboration: BONGÉNIE



Photos © Anoush Abrar



En tant que membre de la famille Bvlgari pour la Suisse, que représente cette expérience pour vous, sur le plan personnel et professionnel ?

“Être membre de la famille Bvlgari est pour moi un immense honneur; tant sur le plan personnel que professionnel. C'est une expérience très gratifiante de me retrouver parmi un groupe si talentueux, composé de personnes aux compétences diverses, d'artistes et d'athlètes qui, comme moi, travaillent sans relâche pour perfectionner leur art avec un engagement envers l'excellence, la créativité et l'authenticité. Faire partie de la famille Bvlgari et être reconnue de cette manière représente non seulement mes réalisations, mais aussi les innombrables heures investies, dont beaucoup restent invisibles aux yeux du public. Au final, cette famille artistique m'encourage et m'inspire à aller plus loin, à viser plus haut et à chercher continuellement des moyens de progresser. Je suis profondément reconnaissante envers la communauté Bvlgari pour cette reconnaissance et pour m'offrir une plateforme où briller.”

Y a-t-il une pièce ou une collection Bvlgari qui a une signification particulière pour vous, et pourquoi ?

“Une pièce Bvlgari qui m'a toujours fascinée est le célèbre collier émeraude offert par Richard Burton à Elizabeth Taylor. Inutile de préciser qu'il est absolument envoûtant : c'est l'une de ces créations qui racontent mille histoires et suscitent un monde entier d'émotions. Sur un plan plus personnel, je choisirais ma montre Bvlgari Serpenti. Plus je la porte, plus elle devient partie intégrante de mon identité, comme si elle était une extension de moi-même. J'ai également toujours été fascinée par le motif du serpent : enraciné dans l'histoire ancienne, symbolisé dans la mythologie et considéré par Jung comme un archétype puissant.”

Quelle a été votre expérience la plus mémorable en tant que membre de la famille Bvlgari jusqu'à présent ?

“Il y en a eu tant, mais l'une de mes expériences les plus marquantes a été d'assister à la cérémonie des BAFTA avec Bvlgari. J'ai été accueillie à l'hôtel Bvlgari à Londres, et la cérémonie des nominations s'est tenue à la National Gallery. Cet événement a réuni mon amour pour la marque et mon amour pour le cinéma. Un autre moment mémorable a été notre rassemblement de fin d'année à Zurich. C'était merveilleux de constater à quel point notre famille était soudée, et l'on m'a même demandé de chanter une chanson au cours de la soirée avec notre harpiste, Alexander Boldachev.”

As a member of the Bvlgari Family for Switzerland, what does this experience mean to you personally and professionally?

“Being a member of the Bvlgari family is a tremendous honour for me, both personally and professionally. It is very rewarding to find myself among such a talented group of people with diverse skills, artists and athletes who, like me, work tirelessly to improve their craft with a commitment to excellence, creativity and authenticity. Being part of the Bvlgari family and being recognised in this way represents not only my achievements, but also the countless hours I have invested, many of which go unnoticed. Ultimately, this artistic family motivates and inspires me to go further, to rise higher and to continually seek ways to progress. I am deeply grateful to the Bvlgari community for recognising me and providing me with a platform to shine.”

Is there a particular Bvlgari piece or collection that holds special meaning for you, and why?

“One Bvlgari piece that has always fascinated me is the famous emerald necklace given by Richard Burton to Elizabeth Taylor. Needless to say, it is absolutely mesmerising; it is one of those pieces that tells a thousand stories and evokes a whole world of emotions. On a more personal level, I would choose my Bvlgari Serpenti watch. The more I wear it, the more it becomes part of my identity, as if it were an extension of myself. I have also always been fascinated by the snake motif: rooted in ancient history, symbolised in mythology and considered by Jung to be a powerful archetype.”

What has been your most memorable experience as a Bvlgari family member so far?

“There have been so many, but one of my most memorable experiences was attending the BAFTA Awards ceremony with Bvlgari. I was welcomed at the Bvlgari Hotel in London, and the nominees' ceremony took place at the National Gallery. This event brought together my love for the brand and my love for cinema. Another memorable moment was our end-of-year gathering in Zurich. It was wonderful to see how close our family had become, and I was even asked to sing a song during the evening with our harpist, Alexander Boldachev.”



Photo © Bvlgari

Photo © Simone Lombard
Collaboration: BONGÉNIE

Y a-t-il un aspect particulier de l'artisanat ou d'une technique chez Bvlgari qui vous fascine tout particulièrement ?

«Oui, la technique du Tubogas. C'est une méthode ingénieuse et intemporelle qui consiste à enrouler de fines bandes de métal avec une précision extraordinaire, sans aucun soudage, pour créer une forme lisse, souple et fluide. Je suis également fascinée par la collection Monete, car chaque pièce donne l'impression de tenir un fragment d'histoire ancienne, romaine, grecque ou même perse, réinventé sous la forme d'un bijou contemporain.»

Cléopâtre portait célébrement Bvlgari et adorait la marque. Vous avez également incarné une reine dans Queen Berenice. Voyez-vous des parallèles ou des sources d'inspiration entre ces expériences ?

«Absolument. Lorsque j'ai commencé à me préparer pour le rôle de la reine Bérénice, je me suis plongée dans des recherches et, naturellement, j'ai revisité l'interprétation emblématique de Cléopâtre par Elizabeth Taylor. Bien que les contextes historiques diffèrent, j'ai perçu de fortes similitudes entre ces deux femmes, toutes deux faisant preuve de courage, d'intelligence et de puissance dans des univers dominés par les hommes. Pour incarner une reine, il faut comprendre non seulement son histoire, mais aussi les symboles de pouvoir et d'identité qu'elle portait, y compris les bijoux qu'elle choisissait de porter. La performance d'Elizabeth Taylor m'a certainement inspirée dans mon interprétation de Bérénice. Mme Taylor était connue pour porter des bijoux Bvlgari, et je ne savais pas à l'époque que j'aurais un jour l'honneur de collaborer moi-même avec la Maison.»

Séjournez-vous souvent au Park Hyatt Zurich, et qu'appréciez-vous le plus lors de vos séjours ?

«Oui, j'ai eu le plaisir de séjourner plusieurs fois au Park Hyatt Zurich, et chacune de mes visites a été exceptionnelle. Ce que j'apprécie particulièrement, c'est l'attention portée aux moindres détails et la sensation de confort naturel qu'ils créent. J'ai également eu le plaisir d'être le visage de la campagne Andaz, et savoir que Bvlgari collabore avec Hyatt rend mon lien avec cet hôtel encore plus significatif.»

Is there a specific aspect of craftsmanship or technique at Bvlgari that particularly fascinates you?

“Yes, the Tubogas technique. It is an ingenious and timeless method that involves winding thin strips of metal together with extraordinary precision and without any soldering to form a smooth, supple and fluid shape. I am also fascinated by the Monete collection, because each piece gives the impression of holding a fragment of ancient history, Roman, Greek or even Persian, reinvented in the form of modern jewellery.”

Cleopatra famously wore Bvlgari and adored the brand. You also portrayed a queen in Queen Berenice. Do you see any parallels or sources of inspiration between these experiences?

“Absolutely. When I began preparing to play Queen Berenice, I immersed myself in research and, naturally, revisited Elizabeth Taylor's iconic portrayal of Cleopatra. Although the historical contexts differ, I saw strong similarities between these two women, both of whom demonstrated courage, intelligence and power in male-dominated worlds.

To portray a queen, you need to understand not only her history, but also the symbols of power and identity she carried, including the jewellery she chose to wear. Elizabeth Taylor's performance certainly inspired me in my interpretation of Berenice. Ms Taylor was known for wearing Bvlgari jewellery, and I did not know then that I would one day have the honour of collaborating with the house myself.”

Do you often stay at the Park Hyatt Zurich, and what do you enjoy most about your time there?

“Yes, I have had the pleasure of staying at the Park Hyatt Zurich several times, and each visit has been exceptional. What I appreciate most is the attention to detail and the feeling of natural comfort they create. I also had the pleasure of being the face of the Andaz campaign, and knowing that Bvlgari is collaborating with Hyatt makes my connection to this hotel even more meaningful.”

Pourriez-vous nous parler de vos récents rôles, y compris celui aux côtés de Liam Neeson ? Qu'est-ce qui vous a le plus marqué dans cette expérience ?

«L'un de mes rôles les plus récents est dans Hotel Tehran, où j'incarne une militante iranienne pour les droits des femmes, ayant grandi à l'étranger et décida de retourner en Iran pour lutter contre un régime oppressif. J'ai également eu le plaisir de travailler sur Atlas King, un thriller UFC avec le vainqueur d'un Oscar Cuba Gooding Jr. et le champion du monde UFC Michael Bisping. Enfin, j'ai été choisie pour le film germano-iranien Neda, réalisé par Ashkan Najafi et tourné à Hambourg. Mon personnage ne parle que l'allemand, ce qui constitue une expérience inédite pour moi. Les trois projets sont prévus pour une sortie en 2026.»

Comment appréciez-vous la vie à New York, et la Suisse vous manque-t-elle parfois ?

«Je vis à New York depuis treize ans. La vie ici est intense, pleine d'énergie et une source d'inspiration inépuisable. Bien sûr, ce n'est pas une ville facile, mais je n'ai jamais rencontré d'autre ville avec une telle énergie créative et autant d'amour. Cependant, pour moi, retourner en Suisse reste un privilège absolu. Le calme et la simplicité qu'offre ce pays sont introuvable ailleurs. J'apprécie également mon lien avec Bvlgari en Suisse, car c'est une manière précieuse de rester connectée à mes racines tout en poursuivant une carrière internationale.»

Où vous sentez-vous le plus vivante ? Vos personnalités ?

«En réalité, je pense que ce n'est pas tant un lieu physique qui me fait sentir vivante, mais plutôt un état d'esprit créatif. Lorsque je suis ouverte à l'inspiration, je me sens plus enclue à créer, que ce soit par le chant, l'écriture ou le jeu. L'art m'a permis de m'exprimer à un niveau plus profond, non rationnel, m'a aidant à assimiler et à guérir.»

bulgari.com



Photo © Simone Lombard / Collaboration: BONGÉNIE

Could you tell us more about your recent roles, including the one alongside Liam Neeson? What stands out most from that experience?

“One of my most recent roles was in Hotel Tehran, where I play an Iranian women's rights activist who grew up abroad and decides to return to Iran to fight against the oppressive regime. I also had the pleasure of working on Atlas King, a UFC thriller starring Oscar winner Cuba Gooding Jr. and UFC world champion Michael Bisping. Finally, I was cast in the German-Iranian film Neda, directed by Ashkan Najafi and shot in Hamburg. My character only speaks German, which is a new experience for me. All three projects are scheduled for release in 2026.”

How do you enjoy life in New York, and do you sometimes miss Switzerland?

“I have been living in New York for 13 years. Life here is intense, full of energy and an endless source of inspiration. Of course, it's not an easy city, but I have never encountered another city with such creative energy and so much love. However, for me, returning home to Switzerland is an absolute privilege. The calm and simplicity that this country offers is something I cannot find anywhere else. I also appreciate my connection with Bvlgari in Switzerland, as it is a meaningful way to stay connected to my roots while pursuing an international career.”

Where do you feel more alive? Your personalities?

“In reality, I think it's not so much a physical place that makes me feel alive, but rather a creative state of mind. When I am open to inspiration, I am more inclined to create, whether it be through singing, writing or playing. Art has allowed me to express myself on a deeper, non-rational level, helping me to assimilate and heal.”

Sculpted by Light

l'appel de la lumière

Pour la deuxième année consécutive, Chopard poursuit son exploration haute joaillière au sein de la collection Ice Cube. Incarné par la magnétique Bella Hadid, ce nouvel opus consacre le cube à travers de nouvelles variations précieuses.

-/ For the second year in a row, Chopard continues its high-jewelry exploration within the Ice Cube collection. Brought to life by the magnetic Bella Hadid, this new chapter elevates the cube through fresh, precious variations.

Victoria Javet

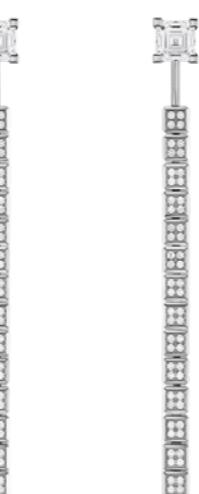
Crée en 1999, la collection Ice Cube fait aujourd'hui partie des designs signature de la maison Chopard. Rivalisant de créativité et puisant son inspiration dans l'infinité de la lumière, la maison ouvre en cette fin d'année un nouveau chapitre de son histoire, à travers une collection capsule de Haute Joaillerie.

Symbol géométrique traduisant l'effervescence des grandes villes, Ice Cube incarne une élégance minimaliste, urbaine et profondément moderne. Afin de capturer l'esprit des mégapoles, la maison a exploité toute la puissance lumineuse de l'or et des diamants. « Conçues comme des pièces d'art contemporain pour le corps », selon les mots de Caroline Scheufele, coprésidente et directrice artistique de Chopard, ces nouvelles créations poussent le langage de la collection Ice Cube encore plus loin, avec des variations de volumes inédites et des portés multiples déclinés selon une vision très artistique.



Created in 1999, the Ice Cube collection has become one of Chopard's signature designs. Bursting with creativity and drawing inspiration from the endless play of light, the Maison opens a new chapter this year with a High Jewelry capsule collection.

A geometric symbol reflecting the vibrancy of great cities, Ice Cube embodies minimalist, urban, and distinctly modern elegance. To capture the spirit of global metropolises, the Maison harnessed the full luminous power of gold and diamonds. “Designed as contemporary artworks for the body,” in the words of Caroline Scheufele, Chopard’s Co-President and Artistic Director, these new creations push the language of the Ice Cube collection even further, introducing unprecedented volumes and multiple ways of wearing the pieces, all shaped by a highly artistic vision.



Initiée en 2024, la campagne *Sculpted by Light* associe cette année encore ces créations de haute joaillerie avec le visage hypnotique de Bella Hadid. Dans cette ode à la brillance sculpturale, les ateliers Chopard ont utilisé diverses techniques dans le travail de l'or, la taille des diamants et le sertissage. À l'image de toutes les autres créations horlogères et joaillères fabriquées par la maison depuis juillet 2018, toutes les pièces ont été façonnées en or éthique 18 carats.

Véritable pièce maîtresse de cette odyssée précieuse, un collier évolutif composé de neuf rangées crée une silhouette en perpétuel mouvement : grâce à un mécanisme ingénieux, le nombre de rang peut être ajusté selon l'envie. Emblématique de l'esprit d'accumulation et de mix & match qui caractérise depuis toujours les bagues et bracelets Ice Cube, cette pièce statement célèbre l'audace au féminin. Le récit se poursuit avec des bracelets ainsi qu'une épingle unisex à usages multiples, évoquant les gratte-ciels de verre et d'acier scintillant au gré de la lumière changeante, tandis qu'une bague et une paire de boucles d'oreilles offrent une nouvelle expression Art Déco à Ice Cube, à travers la taille Asscher.

Launched in 2024, the Sculpted by Light campaign once again pairs these high-jewelry creations with the hypnotic presence of Bella Hadid. In this ode to sculptural brilliance, Chopard's workshops employed a range of techniques in gold craftsmanship, diamond cutting, and gem-setting. As with all watch and jewelry pieces crafted by the Maison since July 2018, the entire collection is made from 18-carat ethical gold.

The centerpiece of this precious odyssey is a transformative necklace composed of nine rows that creates a silhouette in constant motion: thanks to an ingenious mechanism, the number of rows can be adjusted at will. Echoing the spirit of layering and mix-and-match that has long defined Ice Cube rings and bracelets, this statement piece celebrates bold femininity. The story continues with bracelets and a versatile unisex pin, evoking the glass and steel skyscrapers that shimmer with shifting light, while a ring and pair of earrings introduce a new Art Deco expression to Ice Cube through the Asscher cut.

Philip G. Queffelec, itinéraire d'un passionné

Sur terre comme dans les airs, la réussite n'est pas affaire de chance mais d'ambition. Rencontre avec Philip G. Queffelec, fondateur de la société d'aviation Sparfell, et collectionneur passionné d'automobiles Bentley.

-/ On land or in the air, success is never a matter of luck: it's driven by ambition. Meet Philip G. Queffelec, founder of aviation company Sparfell and passionate Bentley collector.

Propos recueillis par Victoria Javet

Your career path is that of a self-made entrepreneur. Philip G. Queffelec, tell us your story ?
"The son of an aviator, born in Brittany with Scottish roots, I became Swiss a few years ago, a fact I'm very proud of. I wasn't the most studious student and never completed my baccalaureate. I started out with small jobs in the stock market before leaving for Venezuela. When I returned to Europe, I spent several years at Xerox before finding my way back to aviation. I launched my first aircraft financing company, then moved into aircraft and helicopter sales, and naturally into flight operations. The first company within the Sparfell group was founded in the late 1980s. This year, we're celebrating 75 years of our family's passion for aviation. Together with my son Edward, now CEO, our goal is to combine service excellence with innovation to stay at the forefront of our industry."

Votre parcours dans les affaires est celui d'un autodidacte. Philip G. Queffelec, quelle est votre histoire ?

«Fils d'aviateur, né en Bretagne avec des origines écossaises, je suis devenu Suisse il y a quelques années, ce dont je suis très fier. Étudiant peu assidu, je n'ai pas eu mon bac. J'ai débuté par de petits emplois en bourse avant de partir au Venezuela. De retour en Europe, j'ai travaillé plusieurs années chez Xerox avant de revenir à l'aviation. J'ai créé ma première société de financement aéronautique, puis me suis lancé dans la vente d'avions et d'hélicoptères et naturellement dans l'opération aérienne. La première société du groupe Sparfell est née à la fin des années 1980. Cette année, nous fêtons les 75 ans de notre passion familiale pour l'aviation. Avec mon fils Edward, aujourd'hui CEO, nous visons l'excellence du service et l'innovation pour rester à la pointe.»



Quel a été le moteur pour créer Sparfell ?

«C'est avant tout la passion, en tant que pilote, qui m'a guidé. Beaucoup suivent un chemin tracé, mais je crois aux opportunités pour explorer de nouvelles voies. J'aime penser *out of the box*. Sparfell est présent à Genève, Paris, Vienne, Madrid, Malte, Luxembourg, San Marin et Washington et regroupe plusieurs activités: le trading et l'exploitation de jets privés, le design intérieur et extérieur d'avions, ainsi qu'une division lifestyle pour la gestion de propriétés. D'ici peu, nous offrirons également des services de yachting.»

Quel lien entretenez-vous avec Bentley Genève ?

«J'ai eu la chance de devenir client il y a une vingtaine d'années. Je suis de la génération des Bentley Boys, passionnée par les moteurs puissants comme le W12. Une Bentley est un parfait équilibre entre confort, élégance, discréetion et performance, des qualités essentielles pour les hommes d'affaires souvent en déplacement. Bentley est le véhicule officiel utilisé par Sparfell pour accueillir et transporter ses passagers à Genève et à l'aéroport, garantissant une continuité dans l'expérience client. Chez Bentley Genève comme chez Sparfell, celle-ci est au cœur de toutes les attentions, portée par un service entièrement sur mesure. Les deux maisons partagent des valeurs communes d'excellence, d'élégance, d'innovation et de discréetion. Ensemble, nous orchestrerons avec soin le transfert de nos clients lors d'expériences exclusives, qu'il s'agisse de visites d'usines ou du salon EBACE à Genève.»

Quel est votre modèle préféré ? Votre plus beau souvenir au volant d'une Bentley ?

«J'adore la Continental GT, notamment le modèle créé pour les 100 ans de Bentley en 2019. Ma fascination va actuellement à la Flying Spur High Performance Hybrid : un joyau alliant haute performance, plaisir de conduire, confort, sécurité et silence. Elle réunit toutes les qualités d'une berline quatre portes tout en préservant l'âme authentique d'une GT. Pour ce qui est des souvenirs, le meilleur trajet en Bentley de ma vie fut lorsque j'ai emmené mon épouse à la mairie le jour de notre mariage.»

Quels sont les enjeux de l'aviation privée ?

«L'écologie est le principal défi de notre époque, sur la route comme dans les airs. Selon moi, les acteurs du changement sont les manufacturiers. Airbus, Boeing, Bombardier et Embraer travaillent sans cesse à de nouveaux modèles plus propres, qui consomment 30 % de moins à chaque nouvelle génération. Gulfstream a même réalisé un vol transatlantique 100 % au biocarburant. C'est une belle promesse pour l'avenir.»

What inspired you to create Sparfell?

"First and foremost, it was passion, as a pilot, that guided me. Many people follow a well-trodden path, but I believe in seeking out new opportunities and exploring uncharted routes. I've always enjoyed thinking outside the box."

Today, Sparfell operates in Geneva, Paris, Vienna, Madrid, Malta, Luxembourg, San Marino, and Washington, covering a broad spectrum of services: private jet trading and operations, aircraft interior and exterior design, and a lifestyle division dedicated to property management. In the near future, we'll also be offering yachting services."

What kind of relationship do you have with Bentley Geneva?

"I've been fortunate to be a client for around twenty years. I belong to the generation of Bentley Boys, passionate about powerful engines like the W12. A Bentley strikes the perfect balance between comfort, elegance, discretion, and performance, qualities essential for business leaders who are constantly on the move. At Sparfell, Bentley is the official vehicle used to welcome and transport passengers in Geneva and to the airport, ensuring a seamless experience from ground to sky. At both Bentley Geneva and Sparfell, the client experience is paramount, elevated through fully bespoke service. Both houses share core values of excellence, elegance, innovation, and discretion. Together, we carefully coordinate client transfers during exclusive experiences, from private workshop visits to the EBACE aviation show in Geneva."

Which model is your favorite? And your most memorable drive in a Bentley?

"I'm particularly fond of the Continental GT, especially the model created for Bentley's centenary in 2019. Right now, I'm fascinated by the Flying Spur High Performance Hybrid, a masterpiece that combines high performance, driving pleasure, comfort, safety, and silence. It embodies all the attributes of a four-door sedan while preserving the authentic spirit of a GT. As for memories, my most unforgettable Bentley journey was the day I drove my wife to the town hall for our wedding."

What are the key challenges facing private aviation today?

"Ecology is the defining challenge of our time, on the road as in the air. I believe the true drivers of change are the manufacturers themselves. Airbus, Boeing, Bombardier, and Embraer are continuously developing cleaner models that consume 30% less fuel with each new generation. Gulfstream even recently completed a 100% biofuel transatlantic flight, a remarkable promise for the future."



GENESIS GV60 Sport+

Le plaisir en mode boost

Entre lacs, montagnes et routes sinuées, le Genesis GV60 Sport+ révèle une nouvelle manière de voyager : silencieuse, sensorielle, profondément agréable et surpuissante. Un SUV 100 % électrique où design, confort et performance cohabitent avec une simplicité désarmante.

-/ Between lakes, mountains, and winding alpine roads, the Genesis GV60 Sport+ reveals a new way of traveling. Silent, sensory, deeply pleasurable, and undeniably powerful. A fully electric SUV where design, comfort, and performance coexist with effortless harmony.

Philippe Perret du Cray

Deux jours sur les routes suisses, entre Zurich et Genève, en passant par Lucerne, Interlaken et Berne. Des lacets de montagne et de longues courbes léchées par la lumière d'automne. Des paysages de la campagne suisse au bord de lacs majestueux. Le silence. Et puis ce souffle, presque vivant, qui s'échappe lorsque l'on effleure l'accélérateur. C'est là que le Genesis GV60 s'exprime : non pas comme une simple voiture électrique, mais comme une bulle de bien-être en mouvement.

Restylé et désormais équipé d'une batterie de 84 kWh, ce SUV GV60 affiche jusqu'à 561 km d'autonomie (normes WLTP, hors conduite sportive et mode boost). Certains feront la moue, d'autres noteront surtout sa charge ultra-rapide qui permet de passer de 10 % à 80 % en moins de 18 minutes. Une pause café, une terrasse panoramique au bord d'un lac ou au sommet d'un col, et c'est reparti.

Two days on Swiss roads, from Zurich to Geneva via Lucerne, Interlaken, and Bern. Mountain switchbacks, long sweeping curves brushed by autumn light. The stillness of Swiss countryside and the vast mirrors of its lakes. The silence. And then that breath, almost alive, released when you barely brush the accelerator. That is where the GV60 speaks: not as a mere electric car, but as a traveling cocoon of well-being.

Refreshed and equipped with a new 84 kWh battery, the GV60 offers up to 561 km of range (WLTP, outside of spirited driving and Boost mode). Some will focus on range numbers; others will appreciate that you can fast-charge from 10% to 80% in under 18 minutes. Just enough time for a coffee break on a panoramic terrace overlooking a lake or a mountain pass. Then you're off again.



genesis.com



Mais au-delà des chiffres, il y a la sensation. Une simple pression sur la pédale, le mode Boost, et 0 à 100 km/h en 4,0 secondes. C'est net, immédiat, presque addictif. L'électrique n'a jamais semblé aussi musculaire, aussi vivant. Surtout quand on adopte les modes de conduite plus sportifs et que des coussinets latéraux se gonflent pour mieux maintenir le corps face aux contraintes de l'accélération et de la vitesse qui peut atteindre 235 km/h.

À l'intérieur, tout n'est que douceur. La position de conduite idéale presque instantanée. Des volumes optimisés, des compartiments bien pensés, des touches premium parfaitement calibrées. Et cette sellerie en cuir Nappa de couleur bleue, en option, qui transforme chaque trajet en moment privilégié. Cerise sur le gâteau : les sièges massants qui rendraient même agréable, voire désirable, le moindre embouteillage. Puis il y a le SON. La signature Bang & Olufsen déploie un paysage acoustique soyeux, riche, puissant, presque cinématographique. Dans une voiture électrique silencieuse, la musique devient compagnon de route. On redécouvre des morceaux que l'on croyait connaître.

Le GV60 n'est pas seulement confortable, il est intelligent. Reconnaissance faciale pour l'ouverture, empreinte digitale pour le démarrage, régulateur de vitesse prédictif, système de navigation intuitif, affichage tête haute, caméra 360°. L'assistance est présente, mais jamais intrusive. On se sent confiant, maître du volant, jamais assisté.

Et lorsqu'arrive l'étape du midi ou du soir, l'expérience se prolonge bien au-delà de la simple recharge d'une batterie. Lunch savoureux dans un salon au bord du lac de Lucerne, soirée mémorable au Bellevue Palace, Genesis offre bien plus que des voitures : l'expérience, le sens de l'accueil, le service sans démonstration, un luxe qui se ressent avant de se voir.

Au final, le GV60 ne cherche pas à impressionner. Il cherche à émouvoir. À faire sourire en silence. À laisser à ses passagers l'impression d'avoir voyagé autrement. Et sur les routes alpines, il a brillé. Comme une évidence.

But beyond the specs, there is the sensation. A simple press of the pedal, the Boost button, and you go from 0 to 100 km/h in 4.0 seconds. Clean, instant, addictive. Electric power has rarely felt so muscular, so alive. Switch to the sportier driving modes and the side bolsters hug you tighter to manage the G-forces, as the car climbs toward a top speed of 235 km/h.

Inside, everything is softness and ease. The perfect driving position comes naturally. Smartly used space, intuitive storage, premium touches in just the right places. And that optional blue Nappa leather upholstery, turning every journey into something special. The final flourish? Massaging seats that could make one almost look forward to a traffic jam. And then there is the SOUND. Bang & Olufsen signs a soundscape that is silky, immersive, powerful. Almost cinematic. In the quiet of an electric drivetrain, music becomes a traveling companion. You rediscover tracks you thought you knew.

The GV60 doesn't just offer comfort, it offers intelligence. Facial recognition to unlock the car, fingerprint start, predictive navigation-guided cruise control, head-up display, 360° surround camera. Assistance is there, yet never overbearing. You feel supported, but still entirely in command.

And when lunchtime or evening comes, the journey extends far beyond simply recharging a battery. A leisurely lunch in a lakeside lounge in Lucerne, a memorable evening at Bellevue Palace, Genesis offers far more than cars. It offers an experience: a sense of welcome, a quiet mastery of service, a form of luxury that is felt long before it is ever seen.

In the end, the GV60 isn't trying to impress. It aims to move you. To make you smile quietly. To leave its passengers with the sense that they traveled differently. And on the alpine roads, it simply felt right. Like an obvious choice.



L'art du voyage électrique selon le DS N°8

Avec son nouveau SUV-coupé 100 % électrique, DS Automobiles poursuit sa vision du voyage à la française.

-/ With its new 100% electric SUV-coupe, DS Automobiles continues its vision of French-style travel.

Julie Bellotto

Le DS N°8 se dévoile comme le parfait équilibre entre puissance électrique et élégance. Mais au-delà de ses lignes sculpturales et de son autonomie remarquable, c'est l'habitacle qui fait toute la différence, offrant à ses passagers un univers où confort et raffinement règnent en maîtres.

DS Automobiles signe ici son nouveau modèle phare qui incarne à la perfection l'esprit de la marque, cette alliance subtile entre design, innovation et art du voyage. Pensé comme un manifeste du luxe électrique, il séduit d'emblée par ses proportions équilibrées, ses courbes fluides et sa présence affirmée. Une esthétique aérienne et musclée à la fois, symbole d'une nouvelle ère du raffinement automobile.

-/ The DS N°8 reveals itself as the perfect balance between electric power and elegance. Beyond its sculpted lines and remarkable range, it is the interior that truly makes the difference, offering passengers a universe where comfort and refinement reign supreme.

DS Automobiles presents its new flagship model, perfectly embodying the spirit of the brand, a subtle blend of design, innovation, and the art of travel. Conceived as a manifesto of electric luxury, it immediately captivates with its balanced proportions, fluid curves, and commanding presence. An aesthetic that is at once airy and muscular, symbolizing a new era of automotive refinement.



C'est à l'intérieur que le DS N°8 révèle toute sa singularité. Trois univers de raffinement s'offrent à ses passagers, chacun pensé comme une interprétation du confort à la française. PALLAS, d'abord, incarne l'élégance discrète. Ses finitions sobres et intemporelles créent une atmosphère apaisante, sublimée par un éclairage d'ambiance polychrome et des matériaux doux au toucher. L'attention portée aux détails se retrouve dans la qualité des assises, le confort acoustique et la finesse des textures. La finition ÉTOILE, disponible sur toutes les motorisations, se distingue par une présence affirmée et des détails qui élèvent l'expérience. La calandre lumineuse DS LUMINASCREEN et les projecteurs DS PIXEL LED VISION signent son allure, tandis que l'intérieur bénéficie d'une technologie discrète mais raffinée, avec un affichage tête haute étendu et un rétroviseur numérique. L'édition JULES VERNE offre un confort ultime avec ses sièges en cuir et Alcantara® Bleu Éternel, chauffants et massants, équipés du DS NECK WARMER. Volant chauffant, toit panoramique et système hi-fi Electra 3D by Focal® complètent un habitacle raffiné.

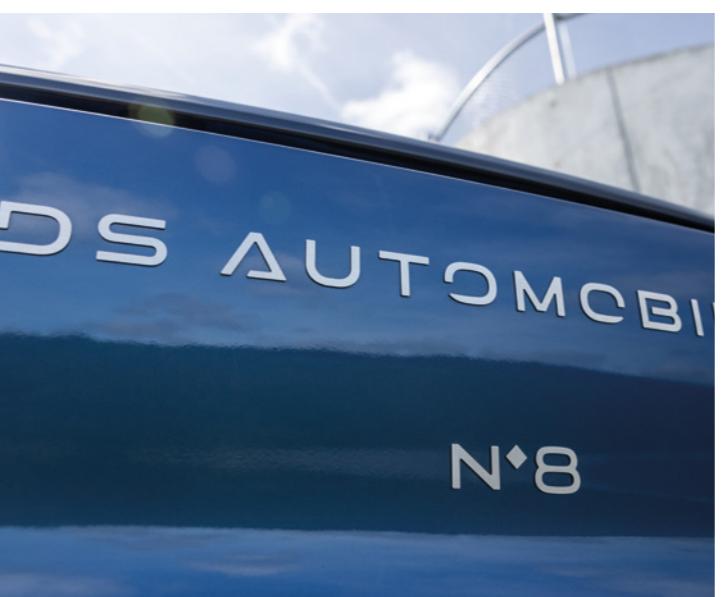
Au-delà du confort, le DS N°8 incarne également la performance et l'efficacité. Avec une autonomie pouvant atteindre 750 km, une accélération immédiate, le châssis adaptatif DS ACTIVE SCAN et les technologies d'aide à la conduite les plus avancées comme le DS DRIVE ASSIST 2.0, il allie maîtrise, sérénité et plaisir de conduite.

Ainsi, que l'on choisisse la sobriété raffinée de PALLAS, la présence affirmée d'ÉTOILE ou l'exception de la Collection JULES VERNE, le DS N°8 transforme chaque trajet en moment de plaisir et de sérénité. Plus qu'un SUV électrique, il incarne la vision du luxe et du confort selon DS.

Inside, the DS N°8 reveals its true uniqueness. Three worlds of refinement await passengers, each interpreted as a take on French-style comfort. PALLAS embodies discreet elegance, with timeless, understated finishes creating a calming atmosphere, enhanced by polychrome ambient lighting and soft-touch materials. Every detail reflects careful attention, from the quality of the seats to acoustic comfort and the finesse of textures, forming a cocoon designed for relaxation. The ÉTOILE trim, available across all powertrains, asserts a stronger presence with details that elevate the onboard experience. Its DS LUMINASCREEN illuminated grille and DS PIXEL LED VISION headlights define its look, while the interior blends discreet yet refined technology, including an extended head-up display and digital rearview mirror. The JULES VERNE edition offers ultimate comfort with Bleu Éternel leather and Alcantara® seats, heated and massaging, equipped with the DS NECK WARMER. A heated steering wheel, panoramic roof, and Electra 3D by Focal® hi-fi system complete the refined interior.

Beyond comfort, the DS N°8 also embodies performance and efficiency. With a range of up to 750 km, immediate acceleration, the adaptive DS ACTIVE SCAN chassis, and the most advanced driver-assistance technologies such as DS DRIVE ASSIST 2.0, it delivers a blend of control, serenity, and driving pleasure.

Whether choosing the refined sobriety of PALLAS, the commanding presence of ÉTOILE, or the exceptional Collection JULES VERNE, the DS N°8 transforms every journey into a moment of pleasure and serenity. More than an electric SUV, it embodies DS's vision of luxury and comfort.



Aurora, un écrin précieux

The Collector dévoile Aurora, sa nouvelle création poétique inspirée d'une boîte à bijoux.

- The Collector unveils Aurora, its new poetic creation inspired by a jewelry box.

The Collector
Place des Bergues 1, 1201 Genève
thecollector.ch



Photos © svendlind.ch

À l'occasion d'un dîner exclusif à la galerie Aveline Jean-Marie Rossi à Paris, THE COLLECTOR, Genève a présenté ses nouvelles créations, marquant un lancement sophistiqué placé sous le signe de l'art et de l'élégance.

Au cœur de la soirée, le nouveau modèle Aurora a captivé l'attention. Inspiré de la boîte à bijoux, ce sac se réinvente de manière ludique et poétique : un détail de cuir surpiqué évoque un emballage cadeau, dont le noeud devient anse et son intérieur est en vison rasé. Symbole d'un luxe à la fois tendre et affirmé, Aurora incarne l'art du geste et le plaisir d'offrir.

Dans ce décor mêlant antiquités parisiennes et art contemporain, les invités ont assisté à une performance immersive évoquant l'univers de The Thomas Crown Affair : vol fictif, scènes jouées, élégance et mystère. Une expérience à la croisée du luxe, du théâtre et de l'émotion, où THE COLLECTOR affirme son statut de maison d'exception, célébrant la rencontre entre création, savoir-faire et imagination.

Les premiers modèles du sac Aurora sont réalisés en cuirs précieux dans différents types de crocodile, alligator, niloticus et himalayense. Une version en python viendra enrichir la collection. Une déclinaison en rotin avec surpiqure en veau grainé et autruche sera quant à elle présentée pour la collection croisière du printemps 2026, promesse d'un dialogue entre artisanat et légèreté estivale.

- On the occasion of an exclusive dinner at Galerie Aveline Jean-Marie Rossi in Paris, THE COLLECTOR, Geneva presented its latest creations, marking a sophisticated launch under the sign of art and elegance.

At the heart of the evening, the new Aurora model drew every eye. Inspired by the jewelry box, this handbag takes on a playful and poetic new form: a topstitched leather detail recalls a wrapped gift, with the bow transforming into the handle, while its interior is lined in shaved mink. A symbol of luxury that is both tender and assertive, Aurora embodies the art of gesture and the joy of giving.

In a setting that blended Parisian antiques with contemporary art, guests experienced an immersive performance inspired by The Thomas Crown Affair, featuring a fictional heist, staged scenes, elegance, and mystery. It was an experience at the crossroads of luxury, theatre, and emotion, through which THE COLLECTOR reaffirmed its status as a house of distinction, celebrating the meeting of creativity, craftsmanship, and imagination.

The first Aurora models are crafted from precious leathers including crocodile, alligator, niloticus, and himalayan varieties. A python version will soon enrich the collection. For the Spring 2026 Cruise collection, a rattan edition featuring grained calfskin and ostrich topstitching will be unveiled, promising a dialogue between craftsmanship and the lightness of summer.

BE free
Être libre

Laissez-vous porter par l'instant présent, à la découverte de nouvelles passions et d'innombrables moments d'émerveillement au cœur de la beauté de l'île Maurice. Libre d'écouter votre cœur et vos envies, libre de vous laisser aller aux joies simples de la vie.

EARTHCHECK
GOLD CERTIFIED
2025

#ILEMAURICE
#BeachcomberExperience

INFORMATION
beachcomber.com
ou en agence de voyage

Voguin, le luxe au féminin

À Genève, une nouvelle maison redéfinit les codes du luxe contemporain. Voguin, fondée par Marie-Antoinette Furtado, incarne une élégance libre, consciente et plurielle.

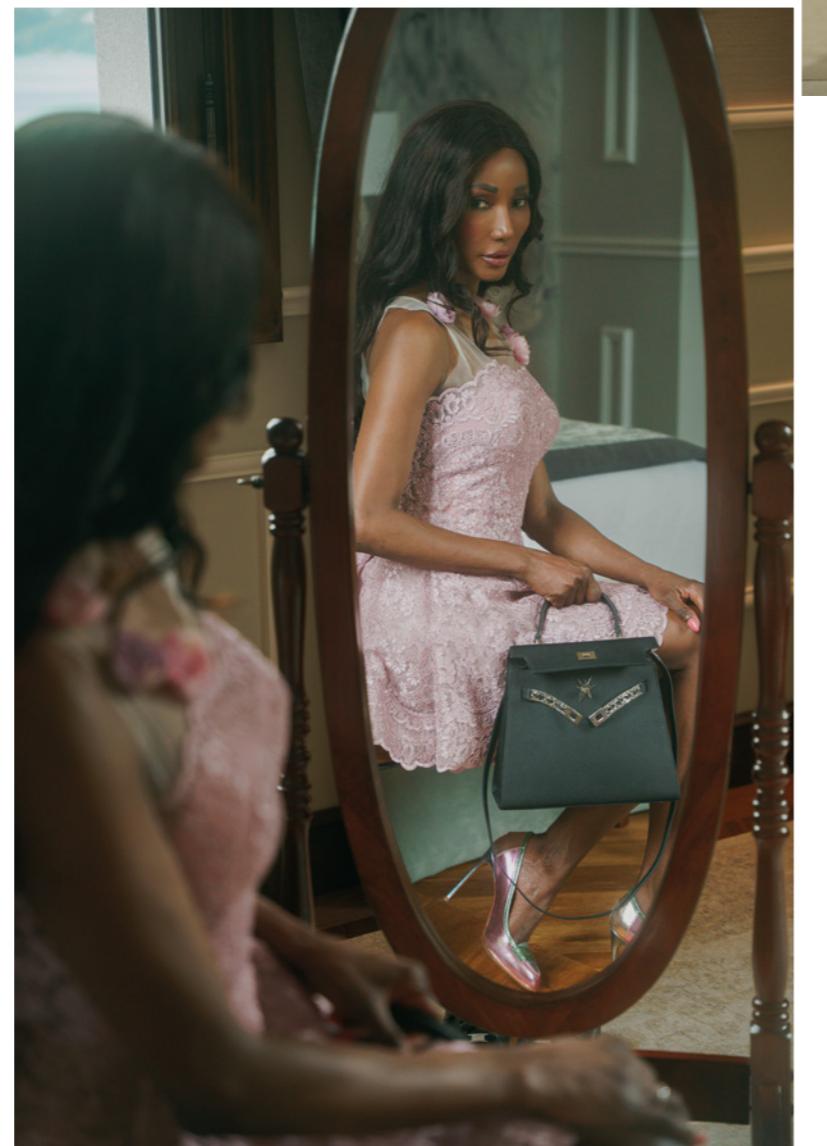
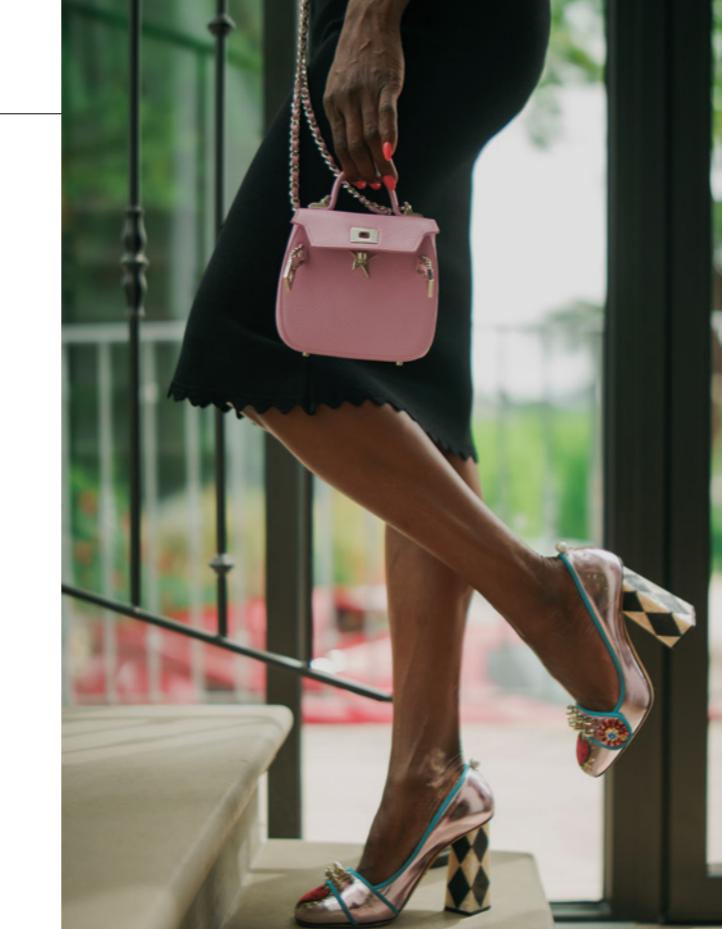
-/ In Geneva, a new house is redefining the codes of contemporary luxury. Voguin, founded by Marie-Antoinette Furtado, embodies a free, conscious, and multifaceted elegance.

D'origine cap-verdienne et bissau-guinéenne, Marie-Antoinette Furtado est une entrepreneure suisse au parcours atypique. De la musique au mannequinat, en passant par l'immobilier et l'artisanat, la fondatrice de la marque de sacs à main Voguin séduit par sa singularité, sa passion pour le beau et une créativité sans limite.

Chez Voguin, chaque création est une ode à la féminité plurielle, puissante, libre et assumée. Loin du luxe ostentatoire, la maison défend une vision authentique et responsable, où l'objet devient porteur d'histoire et d'émotion. Derrière le nom Voguin, on perçoit une philosophie unique : celle de la rencontre entre le style, le mouvement et l'intemporalité. Un univers qui s'adresse aux femmes en perpétuelle métamorphose, élégantes sans effort, audacieuses et sans compromis.

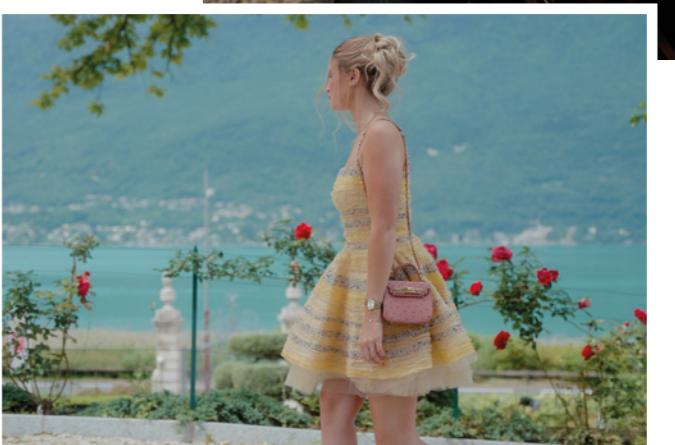
-/ Of Cape Verdean and Bissau-Guinean descent, Marie-Antoinette Furtado is a Swiss entrepreneur with an unconventional path. From music to modeling and through real estate and craftsmanship, the founder of the Voguin handbag brand captivates with her uniqueness, her passion for beauty, and boundless creativity.

At Voguin, every creation is an ode to multifaceted femininity, powerful, free, and unapologetic. Far from ostentatious luxury, the house champions an authentic and responsible vision where each object carries a story and evokes emotion. Behind the name Voguin lies a singular philosophy, a fusion of style, movement, and timelessness. It is a universe for women in constant transformation, effortlessly elegant, bold, and uncompromising.



Dessinés et conçus à Genève, les sacs Voguin sont façonnés à la main dans des ateliers de Toscane et du Piémont, véritables temples du savoir-faire maroquinier. La première collection, lancée en 2025, célèbre des icônes féminines universelles : La Chanteuse, L'Actrice, La Danseuse, Le Top Lady et La Star AD. Des pièces d'exception réalisées en cuir box, autruche ou crocodile, certifiés et traçables, en séries limitées ou sur commande. Chaque sac, monté à la main, devient une œuvre d'art discrète, un manifeste de liberté et de raffinement.

Mais au-delà du geste esthétique, Voguin porte une mission. Dix pour cent des bénéfices de la maison soutiennent des projets éducatifs en Guinée-Bissau ainsi que des initiatives d'entrepreneuriat féminin. Un engagement fort, rare dans l'univers du luxe, qui donne à chaque création une dimension humaine et sincère. «Voguin, c'est l'expression d'un luxe habité», confie sa fondatrice. Un luxe qui parle d'âme, d'émotion, de beauté intérieure. Celui d'une femme indépendante, consciente et fière de ses racines, qui ose rêver grand, toujours avec élégance. Les créations seront présentées à Monaco dès l'été prochain, puis à Courchevel l'hiver suivant, avant d'être disponibles sur le site de la maison et lors de showrooms privés, sur rendez-vous exclusivement.



voguin.ch

Designed and conceived in Geneva, Voguin bags are handcrafted in workshops in Tuscany and Piedmont, true temples of leather craftsmanship. The first collection, launching in 2025, celebrates universal female icons: The Singer, The Actress, The Dancer, The Top Lady, and The Star AD. These exceptional pieces are crafted from box leather, ostrich, or crocodile, certified and traceable, available in limited editions or made to order. Each bag, assembled by hand, becomes a discreet work of art and a manifesto of freedom and refinement.

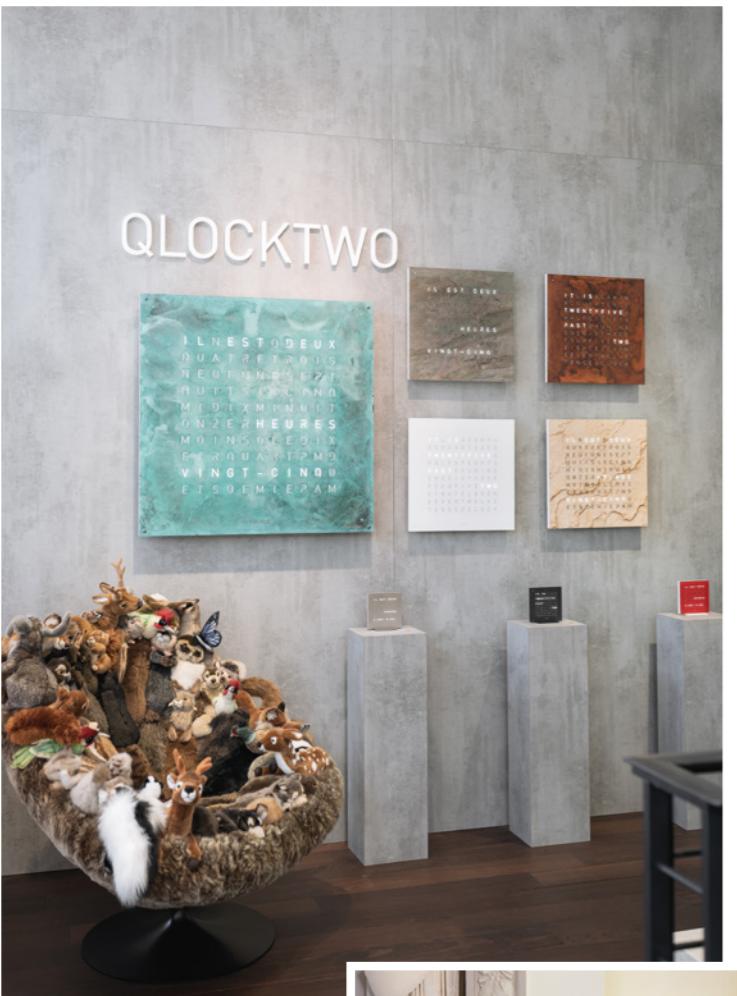
Beyond aesthetic expression, Voguin carries a mission. Ten percent of the house's profits support educational projects in Guinea-Bissau and initiatives for female entrepreneurship. A rare and powerful commitment in the world of luxury, it gives each creation a human and sincere dimension. "Voguin is the expression of a luxury that is lived," says its founder. A luxury that speaks of soul, emotion, and inner beauty, the luxury of an independent woman, conscious and proud of her roots, daring to dream big, always with elegance. The creations will be presented in Monaco next summer and then in Courchevel the following winter, before becoming available on the house's website and at private showrooms by appointment only.

Quand curiosité rime avec découverte

Un concept store unique où objets rares, savoir-faire ancestral et pièces limitées se côtoient pour éveiller l'émotion et la curiosité des visiteurs. Rencontre avec le fondateur Martial Gueniat.

-/ A unique concept store where rare objects, ancestral craftsmanship, and limited-edition pieces come together to spark emotion and curiosity in visitors. A conversation with founder Martial Gueniat.

Propos recueillis par Linda Cohen



Comment définiriez-vous le concept de Curiosity et pourquoi ce nom ?

«Après l'ouverture d'Ouranos en 2005, Curiosity a vu le jour à Lausanne. L'idée était de créer un espace dédié aux objets que je ne pouvais pas présenter chez Ouranos. Dix ans plus tard, nous avons ouvert le concept à Genève. Le nom Curiosity évoque quant à lui l'intérêt, la découverte, et laisse libre cours à l'exploration. Nous privilégions les objets de qualité, des savoir-faire ancestraux, qu'ils viennent de grandes manufactures ou d'artistes que nous connaissons.»

Curiosity est-elle une galerie ou une boutique ?

«Ni l'une ni l'autre exactement. Nous voulons que les gens se sentent à l'aise pour explorer, poser des questions et découvrir les histoires derrière chaque objet. Chaque pièce a sa narration et mérite qu'on prenne le temps de la comprendre.»

-/ How would you define the Curiosity concept, and why this name?

“After the opening of Ouranos in 2005, Curiosity came to life in Lausanne. The idea was to create a space dedicated to objects I couldn't showcase at Ouranos. Ten years later, we opened the concept store in Geneva. The name Curiosity evokes interest, discovery, and the freedom to explore. We focus on high-quality objects and ancestral craftsmanship, whether they come from major manufacturers or artists we know personally.”

Is Curiosity a gallery or a boutique?

“Neither one nor the other, exactly. We want people to feel comfortable exploring, asking questions, and discovering the stories behind each object. Every piece has its own narrative and deserves the time it takes to understand it.”



Comment sélectionnez-vous les objets et avec quelles marques collaborez-vous ?

«Nous représentons Baccarat, Lalique, Christofle, DAUM, AP Collection, QLOCKTWO, Reuge, L'Épée 1839, Hector Saxe, Leblon Delienne, Lladro, et bien d'autres. Nous ne proposons que les pièces qui nous parlent vraiment, celles qui correspondent à notre ADN. Nos clients suivent et apprécient cette sélection : chaque objet a une histoire que nous racontons.»

Votre parcours influence-t-il ces choix ?

«Après 30 ans d'expérience dans l'horlogerie et la bijouterie, Curiosity m'a permis de me réinventer avec des produits haut de gamme et uniques. Mon équipe complète ce regard avec son œil neuf, ce qui crée une belle synergie.»

Et pour les cadeaux de fin d'année ?

«Nous proposons des objets originaux et inattendus, parfaits pour surprendre, notamment les éditions limitées comme les ornements de Noël Baccarat, Lalique et Christofle ou des pièces techniques et design pour homme, comme IXOOST et L'Épée 1839. Du petit cadeau à la pièce d'exception, chaque visiteur peut trouver un objet qui le touche.»

Comment vivez-vous la relation avec vos clients ?

«Nos clients reviennent car ils recherchent l'expérience, la magie, le rêve. Nous ne transmettons pas seulement un produit, mais des émotions. L'humain reste au cœur de notre concept, loin de la froideur d'internet.»

Qu'est-ce qui fait la force de Curiosity ?

«La curiosité, le plaisir de découvrir, la qualité et l'émotion que chaque objet procure. Les visiteurs repartent émerveillés, et c'est exactement ce que nous voulons offrir, une expérience unique et inspirante.»

“Nous ne proposons que les pièces qui nous parlent vraiment, celles qui correspondent à notre ADN. Nos clients suivent et apprécient cette sélection : chaque objet a une histoire que nous racontons.”

- Martial Gueniat

How do you select the objects, and which brands do you collaborate with?

“We represent Baccarat, Lalique, Christofle, DAUM, AP Collection, QLOCKTWO, Reuge, L'Épée 1839, Hector Saxe, Leblon Delienne, Lladro, and many others. We offer only the pieces that truly speak to us, those that reflect our DNA. Our clients follow and appreciate this curated approach: every object has a story we share with them.”

Does your background influence these choices?

“After 30 years of experience in watchmaking and jewelry, Curiosity has allowed me to reinvent myself with high-end, unique products. My team brings a fresh perspective, which creates a strong synergy.”

And for end-of-year gifts?

“We offer original and unexpected items, perfect for surprising someone, notably limited editions like Baccarat, Lalique et Christofle's Christmas ornaments, or technical, design-focused pieces for men, such as IXOOST and L'Épée 1839. From small gifts to exceptional items, every visitor can find an item that resonates with them.”

How do you maintain your relationship with customers?

“Our clients come back because they seek the experience, the magic, the sense of wonder. We're not just a product, we're selling emotion. Human connection remains at the heart of our concept, far from the coldness of the internet.”

What makes Curiosity so special?

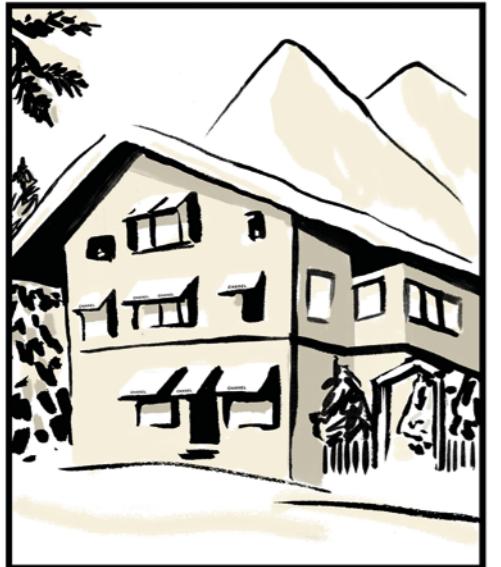
“Curiosity itself, the joy of discovery, quality, and the emotion each object provides. Visitors leave feeling enchanted, and that's exactly what we aim to offer: a unique and inspiring experience.”

CHANEL à Gstaad

Pour la troisième année consécutive, CHANEL retrouve son chalet de Gstaad pour une nouvelle saison hivernale.

-/ For the third consecutive year, CHANEL returns to its Gstaad chalet for a new winter season.

Agathe Forichon



CHANEL
Gstaad

Jusqu'au 8 mars 2026, CHANEL réinstalle son adresse éphémère à Gstaad, un refuge cosy, pensé comme un cocon où le design contemporain dialogue avec les codes alpins.

Sur deux niveaux, la boutique dévoile les univers emblématiques de la Maison. Au rez-de-chaussée, prêt-à-porter, sacs, souliers et accessoires côtoient une sélection d'icônes horlogères comme les montres J12 et Première ainsi que les collections joaillières N°5, Camélia et Comète.

La mode hivernale se déploie avec la collection Coco Neige 2025/26, une garde-robe façonnée pour la montagne, entre technicité et élégance : doudounes sculpturales, tailleur en tweed revisités, mailles graphiques et accessoires tels que chapkas, bottines ou ceintures à poches.

À l'étage, l'ambiance se fait plus citadine avec la collection Croisière 2025/26, inspirée d'une escapade sur le lac de Côme : teintes pastel, tweeds ocre ou dorés, silhouettes souples et accessoires scintillants évoquent un glamour en mouvement, auquel s'ajoute la collection Automne-Hiver 2025/26.



-/ Until 8 March 2026, CHANEL is once again settling into its ephemeral address in Gstaad, a cosy retreat conceived as a cocoon where contemporary design meets Alpine codes.

Spread across two floors, the boutique showcases the Maison's signature worlds. On the ground floor, ready-to-wear, handbags, shoes and accessories sit alongside watchmaking icons such as the J12 and Première timepieces, as well as the N°5, Camélia and Comète jewellery collections.

Winter style comes into its own with the Coco Neige 2025/26 collection, a mountain-ready wardrobe balancing technical performance with elegance: sculptural down jackets, reimagined tweed tailoring, graphic knits and accessories including trapper hats, ankle boots and pocket belts.

Upstairs, the mood turns more urban with the 2025/26 Cruise collection, inspired by an escape to Lake Como: pastel hues, ochre and gold tweeds, fluid silhouettes and shimmering accessories evoke a sense of moving glamour. The selection continues with the Fall-Winter 2025/26 Ready-to-Wear collection.

WISHLIST

GOLDEN WINTER – SILVER GLOW – SHADES OF BROWN – RED KISS – BLACK MAGIC



Boris Karloff and Ginger Rogers hit it off at a Christmas party in Los Angeles, 1932 © Getty Images



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.

GOLDEN WINTER

1. DIPTYQUE Scented advent taper candle
2. PIAGET Possession "Decor Palace" pendant
3. ORFEVE Quillabamba 100 (Peru) Extra Fine Dark Chocolate
4. AUDEMARS PIGUET Royal Oak Mini Frosted Gold Quartz
5. CARTIER LOVE Unlimited Ring
6. CLE DE PEAU The Luminizing Face Enhancer
7. BVLGARI Serpenti Forever Mini Top Handle Bag



1.



2.



8.



7.



3.



4.



6.



5.

SILVER GLOW

1. SARTORO Alba Forever Pendant
2. SIEGER BY FÜRSTENBERG at Curiosity Store Champagne cooler faces platinum diamonds
3. LONGINES PrimaLuna
4. LOUIS VUITTON Alma BB Bag Silver
5. MESSIKA MOVE NOA Ciselé Semi-Pavé Bangle
6. PATEK PHILIPPE Cubitus 7128/1G-001
7. BOGHOSSIAN Merveilles Blue
8. GRAFF Butterfly Collection White Diamond Ring



1.



2.

SHADES OF BROWN



6.



3.



5.



4.



1.



2.



3.

RED KISS



7.



6.



4.



5.

1. **EL SUEÑO** Shapewear Body "Seamless Sculpt" brown
2. **BLANCPAIN** Villeret Quantième Phases de Lune brilliant-cut diamonds
3. **ETRO** Arnica leather chessboard
4. **BOTTEGA VENETA** Andiamo Intrecciato suede clutch
5. **MEMO PARIS** Odéon Eau de parfum
6. **CHANEL** Rectangle sunglasses

1. **LORO PIANA** Baseball Cap
2. **LOEWE** Tomato Leaves candle
3. **CHOPARD** Happy Hearts bracelet
4. **CLARINS** Joli Rouge Velvet
5. **VAN CLEEF & ARPELS** Magic Alhambra earrings, 2 motifs
6. **MONCLER** Glareins Braided Trim Hooded Short Down Jacket
7. **NUXE** Eye lighter serum



1.



3.



2.

BLACK MAGIC



7.



6.



4.



5.

LUXURY & THE ANIMAL KINGDOM

ANIMALS, LUXURY ICONS – ANNA BLACHUT – ANIMAL PRINTS – RICHARD ORLINSKI – KINGS & BEASTS



Jane Goodall in her early years © Bridgeman Images

1. LAURENT-PERRIER Grand Siècle - Itération N°26
2. SAINT LAURENT Cassandre leather belt
3. ZADIG & VOLTAIRE Black Rivyl Jumper
4. TECHNOGYM Technogym Bench
5. RICHARD MILLE RM 33-03 - Automatique
6. HÄSTENS BY FERRIS RAFAULI Monogram Robe
7. GIVENCHY Le Rouge Velvet Matte R14 lipstick



LE LUXE & le règne animal

John Hartung

Derrière un bracelet, une panthère. Au-delà d'un sac, un lion qui dompta les mers, ou un majestueux alezan. Le prestige et le règne animal sont une danse qui remonte à l'origine des temps. Fruit de notre fascination pour le vivant, reflux de nos peurs primales, cette danse est aussi un langage : l'affirmation d'une position, d'une intention. Depuis que les hommes sculptent la pierre et forgent des empires, les puissants ont toujours régné entourés d'un cortège d'animaux. Lions héraldiques, aigles bicéphales, léopards dorés ou cerfs couronnés, tous ont incarné à leur manière une part de l'autorité, de la force ou de la grâce du souverain. Cette fascination pour la mise en scène du pouvoir réunit les rois de jadis et les créateurs d'aujourd'hui. Les animaux disent quelque chose de l'ordre du monde, de la hiérarchie, de la rareté. Il y a dans la fourrure d'un léopard ou dans les plumes d'un paon une esthétique du triomphe.

Des défilés Dior inspirés du blason médiéval aux imprimés félin de Gucci, le bestiaire royal trouve une nouvelle jeunesse, tel un code du prestige moderne. Dès lors, la panthère de Cartier, muse féline et sensuelle, descendrait-elle du lion héraldique ? Le cheval d'Hermès, compagnon aristocratique par excellence, perpétue-t-il l'image de la noblesse cavalière ? Quant au serpent de Bvlgari, ne serait-il pas le mystère antique, la tentation biblique et la puissance hypnotique ?

Dans cet univers du rêve, du beau et du précieux, le choix d'une espèce, d'un caractère et d'une silhouette traduit l'identité d'une maison. C'est cette identité que Cartier nous enjoint de posséder un peu ; que Tiffany nous prête, le temps d'un bijou ; que Ferrari délivre sous une Purosangue. Aux origines de ces choix des grandes maisons, comme des blasons des puissants, se cachent des rivalités, des besoins d'affirmation de soi et de domination. Au début du XX^e siècle, princesses, aristocrates et capitaines d'industrie commandent des pièces uniques. Au sommet de cette compétition se distribuent des territoires : une telle sera la lionne, un tel deviendra le tigre. Au VII^e siècle avant notre ère, l'art sculptait Assurbanipal triomphant du lion. Au XX^e, les bijoux commandés par la duchesse de Windsor, par Maria Félix et consorts déclinent le bestiaire de Cartier, qui nous en fit profiter.

Mais cette fascination pour la bête a probablement d'autres origines. Une source aussi profonde que la pensée de Jung ou que la notion d'Anima Mundi. Il y a une tension entre la fierté d'avoir dominé un monde et la tristesse de l'avoir soumis. Une tension dont une panthère altière et un lion rugissant nous libèrent. Et puis il y a une évidence. Une évidence si proche que l'on passerait à côté : la beauté. Le monde animal est une splendeur. Il est le trésor de l'humanité, qu'aujourd'hui des maisons comme Gucci, Blancpain ou Chopard défendent avec nos deniers et par leurs choix. Ce trésor, nous avons souhaité le retranscrire à travers les traits de crayon de l'artiste genevoise Anna Blachut. Celle-ci a dessiné les mondes d'Omega, de Van Cleef & Arpels, de Guerlain, de Panerai... des pélicans et des abeilles, de nombreux félin, des collections de papillons, des merveilles de l'océan, une vingtaine de concepts de couvertures et une panthère des neiges. Ses illustrations rendent hommage à un siècle de créativité et à la splendeur du vivant.

Mettre en lumière les talents des grandes maisons du luxe est la mission de COTE magazine. Merci à elles de nous offrir d'en être fiers. Voici un peu de leur histoire.

-/ Behind a bracelet lies a panther. Beneath a handbag, a lion that once mastered the seas, or a majestic chestnut stallion. Prestige and the animal kingdom perform a dance as old as time. Born of our fascination with the living world, echoing our primal fears, this dance is also a language, the assertion of a stance, of an intention. Since humans first carved stone and forged empires, the powerful have always ruled surrounded by a retinue of animals. Heraldic lions, double-headed eagles, gilded leopards, crowned stags, each, in its own way, embodying a dimension of sovereign strength, grace, or authority. This fascination with staging power unites the kings of yesterday and the creators of today. Animals speak to order, hierarchy, rarity. In a leopard's coat or a peacock's feathers lies an aesthetics of triumph.

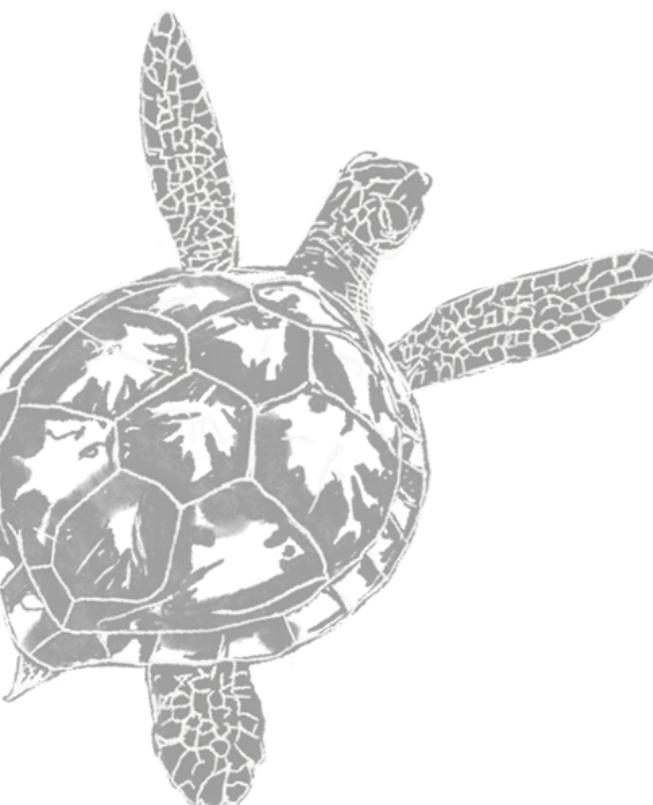
From Dior runways inspired by medieval heraldry to Gucci's feline prints, the royal bestiary has found new life, a contemporary code of prestige. Does Cartier's panther, sensual and feline muse, descend from the heraldic lion? Does Hermès' horse, the quintessential aristocratic companion, perpetuate the image of equestrian nobility? And Bvlgari's snake, is it not the echo of ancient mystery, biblical temptation, and hypnotic power?

In this world of dreams, beauty, and preciousness, the choice of a creature, its spirit, its silhouette, reveals the identity of a maison. It is that identity that Cartier urges us to claim a little; that Tiffany lends us for the span of a jewel; that Ferrari unleashes under the roar of a Purosangue. Behind these choices, as behind the heraldry of the powerful, lie rivalries, needs for affirmation, and the desire to dominate. In the early 20th century, princesses, aristocrats, and captains of industry commissioned unique pieces. At the height of this competition, territories were assigned: she would be the lioness, he would become the tiger. In the 7th century BCE, art sculpted Assurbanipal triumphant over the lion. In the 20th century, the jewels commissioned by the Duchess of Windsor, Maria Félix and others expanded Cartier's bestiary, one the Maison would later share with the world.

But this fascination with the beast likely has deeper sources, as profound as Jung's thought or the concept of the Anima Mundi. There is a tension between the pride of having dominated the natural world and the sorrow of having subdued it. A tension from which an imperious panther or a roaring lion briefly frees us. And then, there is something self-evident. So evident we might miss it: beauty. The animal world is a splendour. It is humanity's treasure, one that houses like Gucci, Blancpain, and Chopard now defend through their choices and with our patronage. This treasure is what we sought to capture through the pencil strokes of Geneva-based artist Anna Blachut. She sketched the worlds of Omega, Van Cleef & Arpels, Guerlain, Panerai... pelicans and bees, countless felines, collections of butterflies, wonders of the ocean, twenty cover concepts, and a snow leopard. Her illustrations pay tribute to a century of creativity, and to the splendour of the living world.

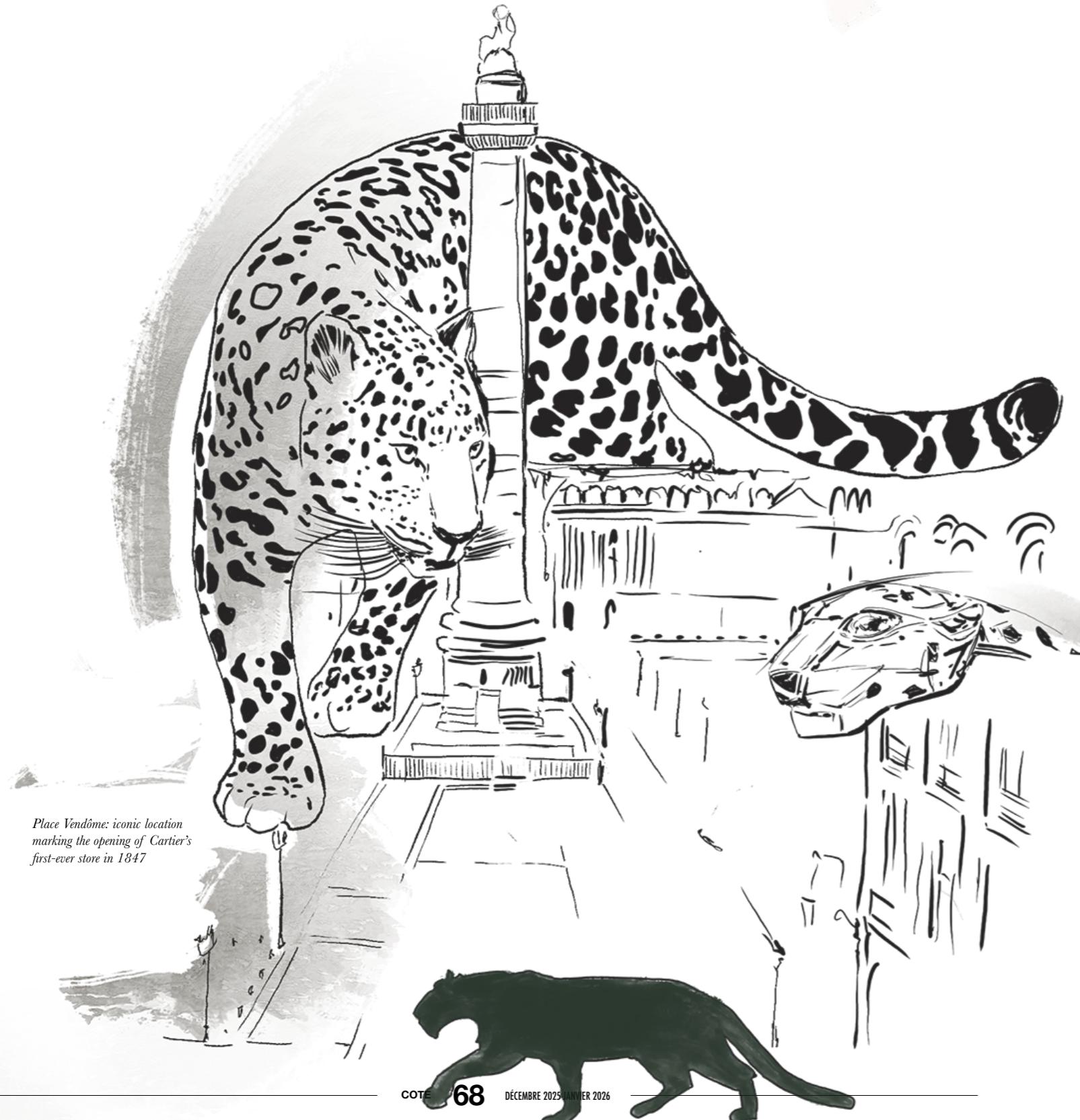
Showcasing the remarkable talents of the great luxury maisons is a mission that COTE Magazine is proud to uphold. Here is a glimpse of their story.

Dessins et illustrations : Anna Blachut
Textes : John Hartung, Agathe Forichon, Julie des Esseintes, Julie Bellotto



LA PANTHÈRE DE CARTIER

libre et insoumise



C'est en 1914 qu'elle fait sa première apparition, comme si la panthère tenta de rappeler aux Hommes la beauté du monde, pour leur éviter de sombrer dans l'abîme. Il aura fallu trois ans pour qu'on l'aperçoive à nouveau, embusquée entre deux cyprès, mais déjà altière ; une œuvre signée Louis Cartier, destinée à l'une des plus emblématiques Directrices de création que le luxe ait connu : Jeanne Toussaint.

Pour Jeanne, c'est une révélation. La panthère devient son symbole, elle que l'on surnommait « la panthère ». Et Cartier de se doter petit à petit de l'emblème animalier le plus puissant que le luxe ait porté. Envoûtante, indépendante, charismatique, elle est façonnée avec minutie, sertie d'émeraudes, de saphirs, de diamants ou d'onyx. Elle est la beauté sauvage, que la maison magnifie sans jamais tenter de la dompter. La panthère est un état d'esprit, celui d'une femme qui s'affirme, libre, insoumise, et qui maîtrise son destin avec audace. En capturant l'essence de l'animal, Cartier en fait une icône du luxe et de la féminité. Cependant le bestiaire joaillier de Cartier va au-delà du mythique félin.

«Un bijou animalier doit capturer l'essence de l'animal, pas seulement son apparence»

– Louis Cartier

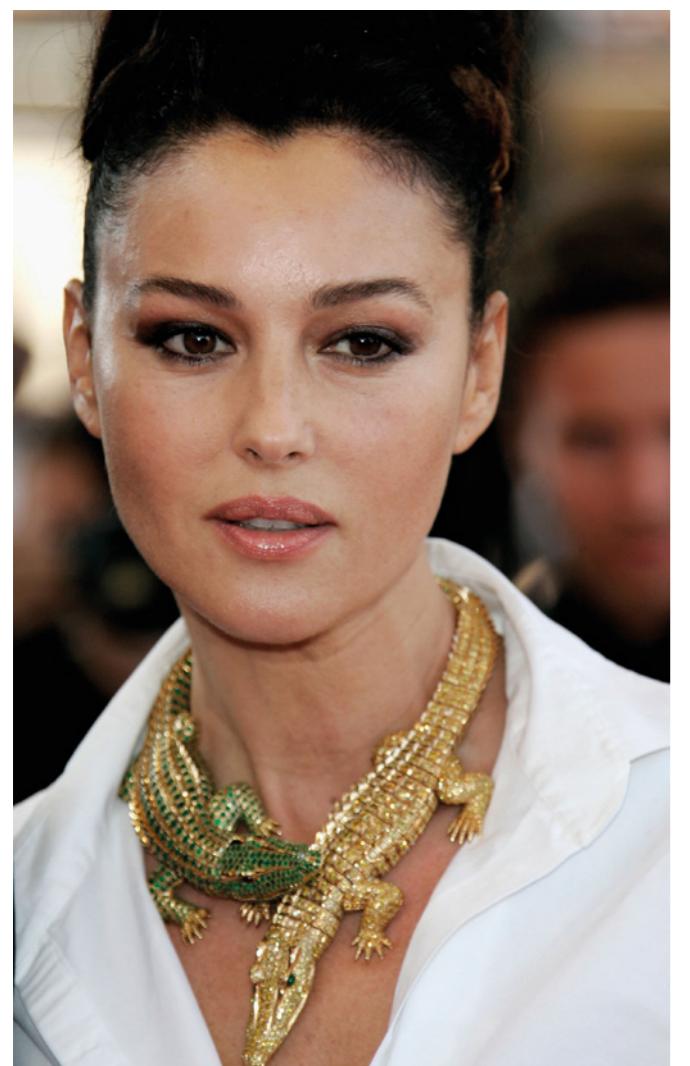


–/ It was in 1914 that she first appeared, as if the panther sought to remind humankind of the world's beauty, to keep them from falling into the abyss. Three years would pass before she resurfaced, poised between two cypress trees, already majestic; a creation by Louis Cartier, destined for one of the most iconic creative directors the world of luxury has ever known: Jeanne Toussaint.

For Jeanne, it was a revelation. The panther became her emblem, she who, as her sister affectionately called her, was the panther. And so Cartier gradually adopted the most powerful animal symbol ever to grace the world of fine jewelry. Enchanting, independent, charismatic, she is crafted with meticulous care, adorned with emeralds, sapphires, diamonds, or onyx. She is untamed beauty, magnified by the Maison but never subdued. The panther is more than a motif, it is a state of mind. That of a woman who stands tall, free, defiant, and masters her destiny with audacity. By capturing the animal's very essence, Cartier transformed it into an enduring icon of luxury and femininity. But the Cartier bestiary extends far beyond the mythical feline.

Panthère de Cartier ring





Cartier Alligator necklace (1965), worn by Monica Bellucci

Le crocodile rejoint la maison en 1975 dans un collier légendaire, réalisé pour Maria Félix à sa demande, en hommage à ses deux crocodiles de compagnie. Apparaissent également le serpent, le tigre ou l'oiseau, notamment l'Oiseau Libéré, une broche emblématique de 1944 célébrant la fin de l'Occupation en France.

«Un bijou animalier doit capturer l'essence de l'animal, pas seulement son apparence», précise Jacques Cartier dans une lettre datant de 1925.

Ce bestiaire joaillier a conquis les plus grandes figures du XXe siècle, de Wallis Simpson arborant sa panthère articulée, à Grace Kelly sublimant des créations inspirées de la nature.

Aujourd'hui, Cartier inscrit son héritage animalier dans une démarche plus durable. À travers Cartier Wildlife Initiative, la maison soutient des projets de conservation dans plusieurs régions du monde, affirmant ainsi que le luxe ne s'inspire pas seulement de la nature, il la protège.

The crocodile joined the Maison in 1975 in the form of a legendary necklace created for Maria Félix, at her request, as a tribute to her two pet crocodiles. The serpent, tiger, and bird also made their appearances, notably the Oiseau Libéré, an emblematic brooch from 1944 celebrating the end of the Occupation in France. "An animal jewel must capture the essence of the creature, not just its appearance," wrote Jacques Cartier in a 1925 letter.

This dazzling menagerie has captivated some of the most iconic figures of the 20th century, from Wallis Simpson and her articulated panther to Grace Kelly, who radiated elegance in nature-inspired creations.

Today, Cartier carries its animal legacy into a new era of responsibility. Through the Cartier Wildlife Initiative, the Maison supports conservation projects around the world, affirming that true luxury does not merely draw inspiration from nature: it protects it.

1914 First appearance of the Panther pattern, in onyx and diamonds, on a ladies' wristwatch



Panthère de Cartier watch



The Duchess of Windsor's panthère bracelet



The Duchess of Windsor's panthère bracelet

LE LION DE CHANEL

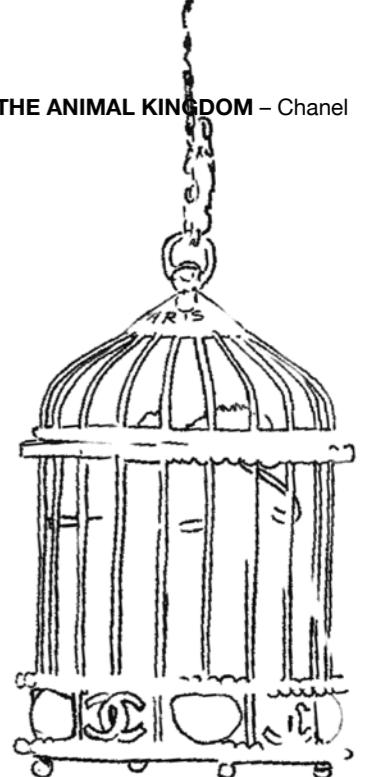
une signature impériale



Haute Couture Fall/Winter 2010/11
Lion au Grand Palais de Paris



Chanel runway show at Grand Palais with the lion, an icon for Coco Chanel
© Chanel



Chanel Bird Cage Bag,
Runway Evening Bag, 2020

Chanel a trouvé son alter ego dans le lion. Ce félin souverain, à la fois protecteur et conquérant, est intimement lié à l'histoire de Gabrielle Chanel et à l'ADN de la Maison. Les connaisseurs de la marque savent que le chiffre 5 ou le camélia font partie de ses symboles iconiques, mais peu connaissent le lien entre Gabrielle Chanel et le roi des animaux.

Née sous le signe du Lion, elle s'identifie à l'animal, y voyant le reflet de sa propre force intérieure. Un séjour à Venise va renforcer cette fascination dans les années 1920 : elle tombe sous le charme de la basilique Saint-Marc. Sur sa façade : le lion ailé, symbole de la cité et puissance protectrice. Le lion de la Sérenissime a transformé un marais en empire, dominé les mers, ouvert des comptoirs ; il fut la banque du monde et posséda une des flottes les plus redoutables de l'Histoire. Royal, mystique, il est intégré à l'univers créatif de la Maison, se fraie un chemin dans les collections, apparaît sous forme de broches, de boutons, de fermoirs ou encore de sculptures miniatures. Le lion symbolise la femme CHANEL, forte, indépendante, majestueuse. Il incarne l'esprit d'une maison qui ne se laisse pas dominer, qui règne sur le monde du luxe.

Aujourd'hui encore, le lion orne des créations raffinées où l'or et les pierres précieuses exaltent son aura au travers de pièces exceptionnelles de Haute Joaillerie et de Haute Horlogerie. L'univers de la maison est également marqué par un bestiaire raffiné et oriental, inspiré des paravents de Coromandel que Gabrielle Chanel collectionnait. Ces panneaux laqués, originaires de Chine, étaient ornés d'oiseaux exotiques, de cerfs gracieux et de créatures qui ont progressivement imprégné les créations de CHANEL.

-/ Chanel has found its alter ego in the lion. A sovereign feline, both protective and conquering, the lion is deeply tied to the story of Gabrielle Chanel and to the Maison's creative DNA. Connoisseurs know that No. 5 and the camellia are among Chanel's most iconic symbols, yet few know the link that unites Gabrielle Chanel with the king of animals.

Born under the sign of Leo, she saw herself in the lion, recognising in it the reflection of her own inner strength. A trip to Venice in the 1920s would intensify this fascination. She fell under the spell of Saint Mark's Basilica, where the winged lion watches over the city as its sacred emblem and protector. The lion of La Serenissima transformed a marsh into an empire, ruled the seas, opened trading posts. It became the bank of the world and commanded one of the most formidable fleets in history. Royal and mystical, it entered the Maison's creative universe, weaving its way into the collections. It appeared as brooches, buttons, clasps, and miniature sculptures. The lion is the CHANEL woman, strong, independent, majestic. It embodies a house that refuses to be dominated, a house that reigns over the world of luxury.

Today, the lion continues to reign over refined creations where gold and precious stones exalt its aura through extraordinary pieces of High Jewellery and Fine Watchmaking. The Maison's universe is also shaped by a delicate and oriental bestiary, inspired by the Coromandel screens Gabrielle Chanel collected. These lacquered panels from China, adorned with exotic birds, graceful deer and mythical creatures, gradually infused the aesthetic language of CHANEL.

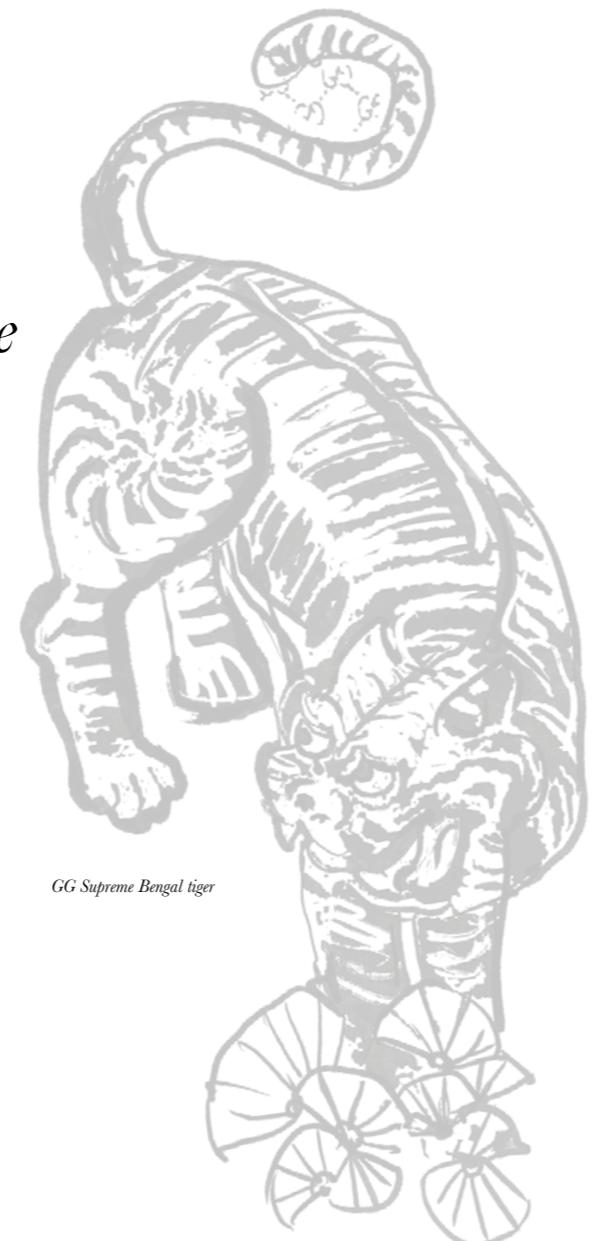
GUCCI

*puissance mystique
et extravagance baroque*

Sous l'impulsion de Tom Ford dans les années 1990, puis d'Alessandro Michele, Gucci a multiplié les références animalières, transformant la mode en une fable où chaque créature possède un pouvoir mystique. «Le luxe ne doit pas être figé. Il doit être vivant, puissant, indomptable, à l'image du monde animal qui l'inspire», déclarait Michele en 2017. Cette vision se traduit par une profusion de motifs panthères, serpents et lions, brodés sur les vestes en velours, imprimés sur les foulards en soie et gravés sur les sacs et bijoux, conférant à chaque pièce une dimension quasi-magique.

L'abeille, introduite comme motif récurrent, évoque la richesse et la fertilité, tandis que le serpent symbolise la tentation et la transformation. Le tigre rugissant, lui, est une déclaration de puissance, incarnant une élégance qui ne craint pas l'excès. Cette ménagerie opulente reflète la philosophie Gucci, où chaque animal devient un totem de style, une passerelle entre l'héritage et la réinvention.

En 2018, la marque a banni l'usage de la fourrure animale, affirmant une volonté d'intégrer le respect du vivant à son esthétique flamboyante. «Nous célébrons le règne animal, mais nous avons aussi la responsabilité de le protéger», précisait Marco Bizzarri, ancien président-directeur général de Gucci.



—/ Under the creative impulses of Tom Ford in the 1990s and later Alessandro Michele, Gucci embraced a rich animal lexicon, turning fashion into a fable where each creature possesses a mystical power. "Luxury should not be static. It must be alive, powerful, untamable, like the animal world that inspires it," Michele declared in 2017. This vision manifests in a profusion of motifs, panthers, snakes, lions, embroidered on velvet jackets, printed on silk scarves, and engraved on bags and jewelry, giving each piece an almost magical dimension.

The bee, introduced as a recurring motif, evokes wealth and fertility, while the snake symbolizes temptation and transformation. The roaring tiger stands as a declaration of power, embodying an elegance unafraid of excess. This opulent menagerie reflects Gucci's philosophy, where each animal becomes a style totem, a bridge between heritage and reinvention.

In 2018, the brand banned the use of animal fur, signaling its commitment to integrating respect for living creatures into its flamboyant aesthetic. "We celebrate the animal kingdom, but we also have a responsibility to protect it," explained Marco Bizzarri, former CEO of Gucci.

JAGUAR & LE LEAPER



L'histoire du jaguar bondissant, surnommée «le Leaper», remonte aux années 1930, lorsque Sir William Lyons, fondateur de Jaguar, décide d'insuffler à ses voitures la vivacité et la grâce d'un prédateur en chasse. «Nos voitures doivent se mouvoir comme un jaguar, fluides, précises et indomptables», disait-il à l'époque.

La marque joue sur cette identité animale jusque dans le design de ses véhicules, avec des calandres basses et agressives, des proportions musculeuses et des intérieurs raffinés, dignes de l'élégance naturelle du félin.

«Nous créons des véhicules qui offrent une expérience sensorielle totale, comme lorsqu'on observe un jaguar en pleine nature : il y a une force brute, une maîtrise du mouvement et une beauté hypnotique», expliquait Thierry Bolloré, ancien CEO de Jaguar Land Rover. Dans cet esprit, Jaguar ne cesse de réinventer son ADN, notamment avec son modèle I-PACE, un SUV électrique qui allie puissance et responsabilité environnementale, prouvant ainsi que le luxe s'adapte aux enjeux modernes. Or, fin 2024, la marque décida d'entamer une mue vers la modernisation, laquelle passa par l'abandon du Leaper au sein de son logo. Une transition vers l'électrique et le souhait de s'adresser à une clientèle plus jeune en sont la cause. Alors, «has been» le Leaper ?



"Lorsqu'on observe un jaguar en pleine nature : il y a une force brute, une maîtrise du mouvement et une beauté hypnotique"

— Thierry Bolloré

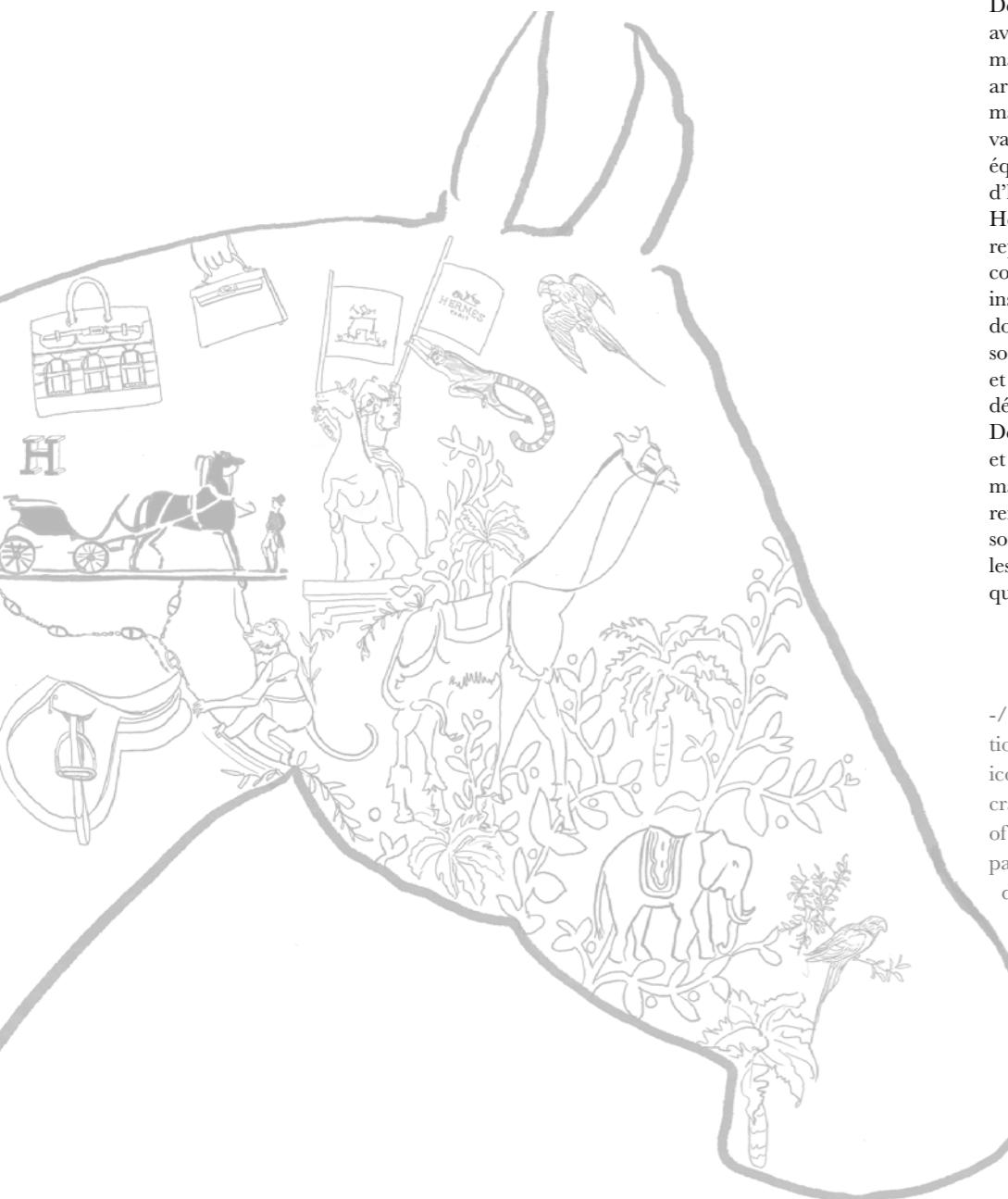
—/ The tale of the leaping jaguar, affectionately known as "the Leaper," dates back to the 1930s, when Sir William Lyons, founder of Jaguar, sought to infuse his cars with the agility and grace of a predator in motion. "Our cars must move like a jaguar, fluid, precise, and untamed," he declared at the time.

Since then, the brand has embraced this animal identity in every detail of its design, from its low, assertive grilles to its muscular proportions and interiors crafted with a refined elegance that mirrors the feline's natural poise.

"We create vehicles that offer a fully sensory experience, much like watching a jaguar in the wild: there's raw power, controlled movement, and hypnotic beauty," explains Thierry Bolloré, former CEO of Jaguar Land Rover. Staying true to that spirit, Jaguar continues to reinvent its DNA. The I-PACE, its electric SUV, embodies both strength and environmental responsibility, proof that modern luxury can be as conscientious as it is captivating. But in late 2024, the brand began a bold transformation toward modernization, which included removing the Leaper from its logo. A shift toward electric vehicles, and a desire to appeal to a younger audience, drove the change. So? Has the Leaper become "has-been"?

HERMÈS & LES CHEVAUX

un esprit de liberté



Depuis ses origines, Hermès entretient une relation profonde avec le monde animal, un lien qui va au-delà de son emblématique attelage de chevaux. La maison incarne l'excellence artisanale et intemporelle, mais elle célèbre aussi la beauté majestueuse de la faune. Dans son univers foisonnant, les chevaux occupent une place centrale, en hommage aux racines équestres de la maison. Symbole de liberté, de puissance et d'harmonie, le cheval est une figure récurrente des collections Hermès, notamment sur les célèbres carrés de soie, où il est représenté tantôt dans des scènes d'attelage, tantôt en pleine course, noblesse et énergie en mouvement. Hermès puise son inspiration dans la diversité et la richesse du règne animal, donnant vie à une faune qui habille ses foulards, ses accessoires et objets d'art. Flamants roses, tigres, léopards, zèbres et oiseaux exotiques s'invitent sur des créations vibrantes de détails et de couleurs, transformant chaque pièce en fable. Depuis des décennies, la maison travaille avec des illustrateurs et des designers pour sublimer la grâce et la puissance des animaux, offrant aux amateurs d'art et de mode des pièces où se rencontrent esthétisme, savoir-faire et onirisme. Un carré de soie devient une fenêtre ouverte sur un monde foisonnant, où les motifs animaliers traduisent l'esprit d'évasion et de liberté qui caractérise la maison.

-/ From its very beginnings, Hermès has had a deep connection with the animal world, a bond that goes far beyond its iconic horse-drawn carriage. The House embodies timeless craftsmanship, but it also celebrates the majestic beauty of wildlife. In its rich universe, horses hold a central place, paying tribute to Hermès' equestrian roots. A symbol of freedom, power, and harmony, the horse appears repeatedly in

Hermès collections, especially on the famous silk scarves, depicted sometimes in carriage scenes, sometimes in full gallop, elegance and energy captured in motion. Hermès draws inspiration from the diversity and richness of the animal kingdom, bringing to life creatures that adorn scarves, accessories, and art objects. Flamingos, tigers, leopards, zebras, and exotic birds appear on creations teeming with detail and color, turning each piece into a little fable. For decades, the House

has worked with illustrators and designers to highlight the grace and power of animals, offering art and fashion enthusiasts pieces where aesthetics, craftsmanship, and imagination meet. A silk scarf becomes a window into a vibrant world, where animal motifs convey the spirit of escape and freedom that defines Hermès.



Equestrian equipment photoshoot © Hermès



Hermès Arceau Rocbar de Rire watch

FERRARI & LE CHEVAL CABRÉ

une icône intemporelle

Le cheval cabré est une icône intemporelle. Symbole de puissance, de vitesse et d'élégance, le pur-sang dompte l'asphalte comme un étalon une arène de course, capturant l'esprit de la compétition et du raffinement automobile. L'histoire du Cavallino Rampante remonte à 1923, lorsqu'Enzo Ferrari fit la rencontre des parents du pilote Francesco Baracca. Mme Baracca proposa à Enzo d'adopter le cheval cabré, l'emblème de son fils, en guise de porte-bonheur pour ses voitures de course. Enzo Ferrari accepta et en 1932, le cheval cabré fit officiellement sa première apparition sur les voitures de course d'Enzo, avec la Scuderia Ferrari. Ferrari adopte la figure majestueuse comme symbole de performance, associant la fougue animale à la technologie de pointe. «Ferrari ne construit pas simplement des voitures, nous créons des pur-sang mécaniques qui respirent la passion et la puissance», déclarait Sergio Marchionne, ancien PDG de Ferrari. À l'image d'un cheval de course, chaque Ferrari est conçue pour offrir une agilité incomparable, un design aérodynamique fluide et une puissance contrôlée, où l'émotion du pilotage rejoint la noblesse du mouvement équin. Dans chaque détail de ses modèles, Ferrari célèbre l'animalité.

L'exceptionnelle sonorité des V12 évoque le galop effréné d'un étalon, tandis que la précision des lignes rappelle la tension musculaire d'un cheval en pleine course. Cette fusion entre la nature et la machine confère aux modèles Ferrari une énergie presque vivante, un luxe qui se ressent autant qu'il se conduit. Le Cavallino Rampante est une philosophie du mouvement, une exaltation de la vitesse, une incarnation de l'élégance sauvage.



Photo © Juliana Vigorito & Nana Gelesiani

-/ The prancing horse is a timeless icon. A symbol of power, speed, and elegance, the thoroughbred tames the asphalt like a stallion in a racing arena, capturing the spirit of competition and automotive refinement. The story of the Cavallino Rampante dates back to 1923, when Enzo Ferrari met the parents of pilot Francesco Baracca. Mrs. Baracca suggested that Enzo adopt the prancing horse, her son's emblem, as a good-luck charm for his racing cars. Ferrari agreed, and in 1932 the iconic stallion officially made its debut on Enzo's race cars, under the banner of Scuderia Ferrari. Ferrari adopted this majestic figure as a symbol of performance, combining animal instinct with cutting-edge technology. "Ferrari doesn't just build cars; we create mechanical thoroughbreds that breathe passion and power," said Sergio Marchionne, former CEO of Ferrari.

Like a racehorse, every Ferrari is designed to deliver unmatched agility, fluid aerodynamic design, and controlled power, where the thrill of driving meets the nobility of equine movement. Ferrari celebrates animality in every detail of its models. The exceptional roar of the V12 evokes the wild gallop of a stallion, while the precision of its lines mirrors the muscular tension of a horse in full stride. This fusion of nature and machine gives Ferrari cars an almost living energy, a luxury felt as much as it is driven. The Cavallino Rampante is a philosophy of motion, an exaltation of speed, and the embodiment of untamed elegance.

LAMBORGHINI & LE TAUREAU

la force brute

-/ Since its creation, Lamborghini has stood as the ultimate embodiment of power and audacity, a philosophy directly inspired by its emblem: the bull. Symbolizing raw strength, determination, and tenacity, the bull perfectly encapsulates the DNA of the Italian marque.

The story of the bull at Lamborghini dates back to 1962, when Ferruccio Lamborghini, the brand's founder, chose the animal to represent his vision of automotive luxury. Born under the zodiac sign of Taurus, Ferruccio's fascination with the creature extended even to the names of Lamborghini's iconic models, Miura, Gallardo, Aventador, each named after legendary fighting bulls.

Lamborghini channels this raw power into every detail of its cars: the roar of the engine echoing the charge of a wild beast, the muscular lines of the bodywork recalling the stance of a bull in motion, the precision and intensity of the drive evoking pure instinct. For Lamborghini, luxury is a declaration of strength and character: a force that cannot be tamed. Through the bull, the brand forges a vision of luxury that commands presence, embraces extremity, and celebrates a mechanical bestiary where animal power becomes a signature of legend.



Miura, the sports car that changed automotive history, 1966
© Lamborghini



LE CROCODILE DE LACOSTE

ténacité et performance

Le crocodile de Lacoste est une histoire personnelle, celle de René Lacoste, qui s'inscrit dans l'ADN de la marque. Surnommé «de Crocodile», René Lacoste, légende du tennis mondial, s'est distingué par son style de jeu implacable et son endurance à toute épreuve. L'animal incarne les valeurs profondes du fondateur : ténacité, persévérance et quête d'excellence. En choisissant le crocodile comme signature, il faisait une déclaration forte : Lacoste serait synonyme de performance, de rigueur et d'élégance intemporelle.



*«Jouer ne suffit pas,
encore faut-il maîtriser
son style»*

– René Lacoste

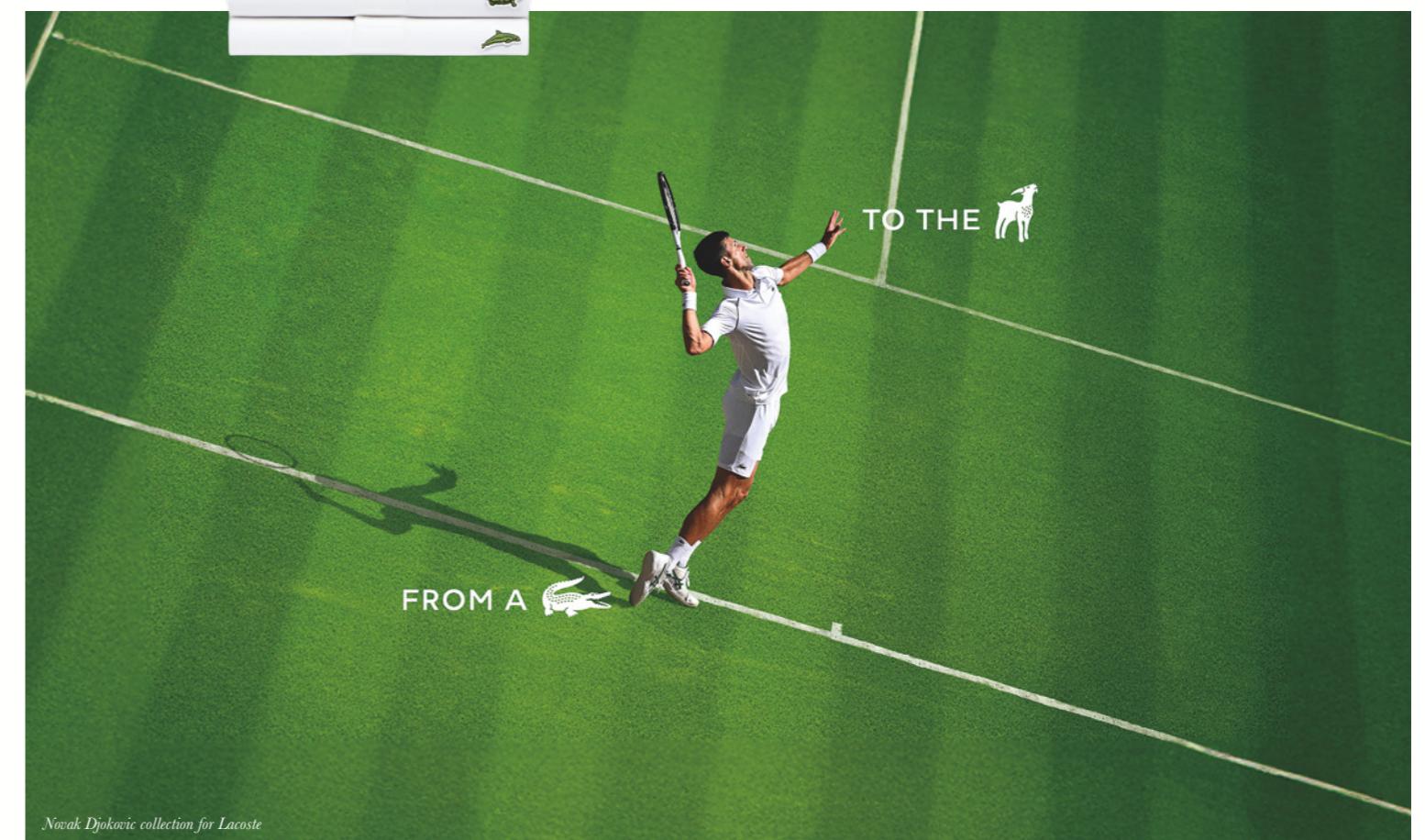


–/ The Lacoste crocodile is, above all, a personal story, that of René Lacoste himself, and lies at the very heart of the brand's DNA. Nicknamed "The Crocodile", René Lacoste, a legend of international tennis, was known for his relentless playing style and unshakable endurance. The animal embodies the founder's core values: tenacity, perseverance, and a constant pursuit of excellence. By choosing the crocodile as his emblem, Lacoste made a bold statement, that the brand would stand for performance, precision, and timeless elegance.

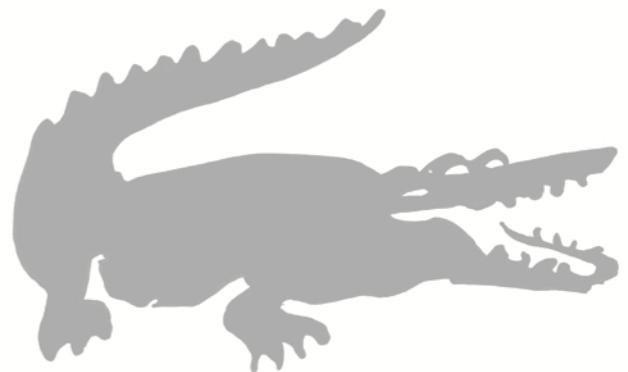
Chez Lacoste, le crocodile se décline et défend ses pairs. En 2018, Lacoste a temporairement remplacé son iconique crocodile par dix espèces animales menacées sur une collection de polos en édition limitée, soutenant ainsi le programme Save Our Species de l'Union internationale pour la conservation de la nature. Plus récemment, Lacoste a temporairement remplacé le crocodile par une chèvre verte afin de rendre hommage à Novak Djokovic. Cette modification, qui fait référence au surnom "GOAT" (Greatest Of All Time), s'inscrit dans le cadre d'une collection capsule lancée en août 2025.



Lacoste X IUCN Save Our Species campaign 2019 © Lacoste



Novak Djokovic collection for Lacoste



At Lacoste, the crocodile evolves, adapts, and defends its own. In 2018, the brand temporarily replaced its iconic crocodile with ten endangered species on a limited-edition polo collection, supporting the Save Our Species program by the International Union for Conservation of Nature. More recently, Lacoste once again reimagined its logo, replacing the crocodile with a green goat to pay tribute to Novak Djokovic. The change, referencing the "GOAT" (Greatest Of All Time) moniker, was part of a special capsule collection launched in August 2025.

BVLGARI & LE SERPENT

hypnotique élégance

Depuis l'Antiquité, le serpent fascine et intrigue, traversant les âges en tant que symbole de sagesse, de renaissance, d'immortalité.

Chez Bulgari, le serpent est l'audace, une audace sculptée, hypnotique. C'est à la fin des années 1940 que la Maison l'intègre dans ses collections de montres. Les premiers modèles Serpenti se distinguent par des bracelets en or jaune poli, reproduisant avec fluidité et souplesse les courbes ondulantes du reptile. Réalisés avec la technique Tubogas, ces bracelets associent souplesse, légèreté et élégance en mouvement.

Serpenti Misteriosi watch, Bulgari



-/ Since Antiquity, the serpent has fascinated and intrigued, enduring through the ages as a symbol of wisdom, rebirth, and immortality.

At Bulgari, the serpent becomes audacity, a sculpted, hypnotic boldness. It was in the late 1940s that the Maison first introduced the motif into its watch collections. The earliest Serpenti models featured polished yellow-gold bracelets that mimicked the reptile's sinuous curves with striking fluidity and ease. Crafted using the Tubogas technique, these bracelets combined suppleness, lightness, and elegance in motion.



Serpenti watch, Bulgari

Avec le temps, Serpenti mue : certains modèles ont vu apparaître des écailles serties de pierres précieuses, tandis que dans d'autres, sa tête sert de cache-cadran, créant une montre « secret » pleine de mystère. Bulgari joue avec des associations de métaux, d'or et d'acier, et des couleurs vibrantes, donnant au serpent une modernité captivante tout en préservant son aura mythique.

Au-delà de l'esthétique, le serpent porte un message symbolique : gardien du temps, il incarne l'éternité, la régénération, la transformation. Chaque pièce de la collection reflète la personnalité d'une femme souveraine, indépendante et audacieuse, qui affirme son style. Talisman contemporain ou joyau de haute joaillerie, le serpent est la connaissance, il traverse le temps.

Over time, Serpenti has shed new skins: some models feature scales set with precious gemstones, while others conceal the dial within the serpent's head, creating a mysterious "secret" watch. Bulgari plays with mixed metals, gold and steel, and vibrant colours, giving the serpent a captivating modernity while preserving its mythical aura.

Beyond aesthetics, the serpent carries symbolic power: as guardian of time, it embodies eternity, regeneration, and transformation. Each piece in the collection reflects the spirit of a sovereign, independent, and daring woman who asserts her style. A contemporary talisman or a high-jewellery masterpiece, the serpent is knowledge itself, moving timelessly through the ages.



L'ABEILLE DIOR

discipline et excellence artisanale

Dior a fait de l'abeille une métaphore de son exigence et de son engagement envers l'artisanat d'exception. L'insecte noir et or, à la fois discret et essentiel, incarne la rigueur, la précision et l'harmonie, des qualités qui résonnent avec l'univers Dior.

Dès ses débuts, Christian Dior compare sa maison de couture à une ruche en pleine effervescence. Dans ses mémoires, il décrit son atelier comme «une petite ruche pleine à craquer», où les couturières – affectueusement surnommées «des abeilles» – s'activent avec un dévouement sans faille pour donner vie à des créations d'une finesse inégalée. Ce travail d'orfèvre, durant parfois 400 à 500 heures pour la confection d'une robe, illustre le lien entre la minutie des artisans et des abeilles.

Au fil des décennies, l'abeille devient un motif récurrent dans les collections Dior, se posant discrètement sur broderies, boutons ou doublures de vestes. Sous la direction d'Hedi Slimane, elle s'est imposée comme signature, apparaissant stylisée sur certaines créations, en lieu et place du nom de la maison.

L'abeille Dior incarne également une approche plus moderne et durable du luxe. À travers son engagement pour la préservation des abeilles et son soutien aux initiatives favorisant la biodiversité, la maison prouve que son héritage ne repose pas uniquement sur un savoir-faire exceptionnel, mais également sur une vision où nature et élégance s'entrelacent.



-/ Dior has turned the bee into a metaphor for its exacting standards and dedication to exceptional craftsmanship. This small black-and-gold insect, discreet yet essential, embodies rigor, precision, and harmony, qualities that resonate deeply with the Dior universe.

From the very beginning, Christian Dior likened his couture house to a bustling hive. In his memoirs, he described his atelier as “a little hive packed to the brim,” where seamstresses, affectionately nicknamed “the bees”, worked with unwavering devotion to bring to life creations of unparalleled finesse. Each gown, requiring up to 400–500 hours to complete, reflects the intimate link between the meticulous labor of artisans and the natural diligence of bees.

Over the decades, the bee became a recurring motif in Dior collections, appearing subtly on embroideries, buttons, or jacket linings. Under Hedi Slimane, it emerged as a signature symbol, stylized on certain pieces in place of the house's name.

The Dior bee also represents a modern and sustainable approach to luxury. Through initiatives supporting bee preservation and biodiversity, the house demonstrates that its legacy is not only rooted in exceptional craftsmanship but also in a vision where nature and elegance intertwine.

L'ABEILLE GUERLAIN

un emblème royal



-/ For over 170 years, Guerlain's bee has transcended time, embodying grace, artisanal excellence, and the Maison's deep connection to nature. The story dates back to 1853, when Guerlain, official perfumer to Empress Eugénie, created the iconic Bee Bottle to hold the Eau de Cologne Impériale. Inspired by Napoleon's decision to replace the royal fleur-de-lis with the bee, the motif firmly rooted the House within a legacy of imperial prestige and refinement. Above all, Guerlain's bee symbolizes patience and meticulous craftsmanship, qualities essential to the art of perfumery, where each fragrance is composed with a precision reminiscent of bees at work in their hive. This pursuit of perfection finds expression in limited editions of exquisitely adorned bottles, each transformed by artisans into a work of art celebrating the bee in all its forms.

Fully aware of the bee's crucial role in maintaining ecological balance, Guerlain has placed environmental responsibility at the heart of its identity. Through initiatives such as the Guerlain for Bees Conservation program, the Maison continues to uphold a legacy where luxury and sustainability are in perfect harmony.



Depuis plus de 170 ans, l'abeille de Guerlain traverse les époques et incarne la grâce, l'excellence artisanale et l'attachement de la maison à la nature. L'histoire remonte à 1853, lorsque Guerlain, parfumeur officiel de l'impératrice Eugénie, crée pour elle l'iconique flacon aux Abeilles, destiné à contenir l'Eau de Cologne Impériale. Ce motif, inspiré du choix de Napoléon de substituer la fleur de lys royale par l'abeille, ancre profondément la maison dans l'héritage du prestige et du raffinement impérial. L'abeille Guerlain symbolise avant tout la patience et la méticulosité, des valeurs essentielles à l'art de la parfumerie, où les fragrances sont élaborées avec une précision comparable à celle des abeilles dans leur ruche. Cette quête de perfection se traduit par des éditions limitées de flacons sublimés par des artisans, transformant chaque bouteille en une œuvre d'art où l'abeille est célébrée sous toutes ses formes.

Consciente du rôle crucial des abeilles dans l'équilibre des écosystèmes, Guerlain a inscrit son engagement environnemental au cœur de son ADN. La maison multiplie les initiatives pour la préservation des polliniseurs, notamment à travers le programme «Guerlain for Bees Conservation», et perpétue un héritage où luxe et responsabilité ne font qu'un.

VAN CLEEF & ARPELS

le murmure du vivant



-/ Van Cleef & Arpels' animal universe is tender, poetic, innocent, and pure, blending elegance with a touch of humor. Far from the dominant felines or intimidating representations of the animal kingdom, the Maison celebrates creatures imbued with lightness and grace. With Van Cleef & Arpels, animals are lived, approachable, and full of charm: birds, butterflies, ladybugs, and dragonflies become a flight, a metamorphosis, a source of hope, and a moment of calm amid a world of noise and upheaval. Even the felines are treated gently, sometimes playfully.

As early as 1950, the Maison showcased this approach with its brooches: a collection of small, stylized animals, puppies, rabbits, poodles, squirrels, set with colored stones. Designed for a younger clientele, these pieces gave animals a joyful, familiar, and intimate character.



En haute joaillerie, Van Cleef & Arpels donne vie à des oiseaux de paradis encrustés d'émeraudes, à des papillons sertis de saphirs, et à des colibris qui s'élancent dans un mouvement suspendu dans le temps. Le savoir-faire de la Maison se révèle dans sa capacité à saisir l'instant et le détail, comme un battement d'aile ou la délicatesse d'un insecte.

Van Cleef & Arpels est un hymne au vivant, dans lequel les ânes sont joie, le lion est tendresse, les fleurs rient et les zèbres dansent.

In haute jewelry, Van Cleef & Arpels brings to life paradise birds encrusted with emeralds, butterflies set with sapphires, and hummingbirds poised mid-flight, capturing a suspended moment in time. The Maison's craftsmanship shines in its ability to seize fleeting details, the flutter of a wing, the delicacy of an insect, transforming them into art.

Van Cleef & Arpels is a hymn to Life itself, where donkeys embody joy, lions embody tenderness, flowers laugh, and zebras dance.



FERRAGAMO

luxe vivant



Parmi les grandes maisons de luxe qui s'inspirent du monde animal, Ferragamo pourrait évoquer, par son esprit, la grâce du pélican, un oiseau libre et voyageur.

Sans être un emblème officiel, ce parallèle met en lumière les valeurs propres à la maison italienne : le raffinement, le savoir-faire artisanal et une vision du design centrée sur le mouvement et l'équilibre. Sur ses cravates et foulards en soie, Ferragamo fait souvent appel à l'imagerie du règne animal : éléphants, girafes, lions ou pingouins composent un bestiaire élégant et joueur. Ces motifs reflètent le goût de la marque pour le voyage, la curiosité et la liberté.

-/ Among the great luxury houses inspired by the animal world, Ferragamo could be likened, in spirit, to the grace of the pelican, a free-spirited, wandering bird.

Though not an official emblem, the comparison highlights the Italian maison's defining values: refinement, artisanal craftsmanship, and a design philosophy rooted in movement and balance. In this vein, Ferragamo often turns to the imagery of the animal kingdom on its silk ties and scarves: elephants, giraffes, lions, and penguins form an elegant, whimsical bestiary. These motifs reflect the brand's taste for travel, curiosity, and freedom.



Salvatore Ferragamo

BREITLING & L'ALBATROS

une célébration des cieux



Breitling est une célébration des cieux, de ses espèces vivantes aux créations humaines qui les occupent, parmi lesquelles des avions extraordinaires au fuselage aluminium, et l'albatros. Capable de parcourir des milliers de kilomètres sans effort, l'oiseau migrateur incarne l'endurance, la liberté et la maîtrise des airs, des valeurs qui font écho aux créations de la marque.

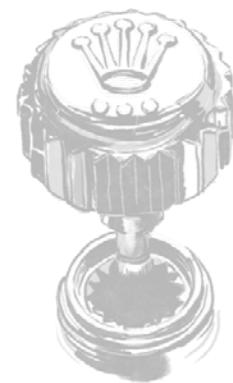
L'association entre Breitling et l'aviation remonte à 1952, avec la création de la Navitimer, une montre pensée pour les pilotes. «L'albatros est le compagnon idéal de Breitling : il vole haut, il va loin, il survole les obstacles avec grâce et intelligence», explique Georges Kern, PDG de la marque.

Cet hommage à la puissance animale ne se limite pas à l'aviation. La collection SuperOcean, dédiée aux plongeurs, s'inspire des oiseaux marins et de leur capacité à naviguer entre air et mer, dans une parfaite symbiose avec leur environnement. Breitling s'engage activement pour la protection des océans et des oiseaux marins, notamment à travers son partenariat avec Ocean Conservancy.

-/ Breitling is a celebration of the skies, of its living creatures and the human marvels that roam them, from sleek aluminum aircraft to the majestic albatross. Capable of traveling thousands of kilometers with effortless grace, this migratory bird embodies endurance, freedom, and mastery of the air : values that echo through every Breitling creation.

The bond between Breitling and aviation dates back to 1952, with the launch of the Navitimer, a timepiece designed specifically for pilots. "The albatross is Breitling's perfect companion: it soars high, flies far, and glides over obstacles with elegance and intelligence," says Georges Kern, CEO of the brand.

This tribute to the power of nature extends beyond the skies. The SuperOcean collection, dedicated to divers, draws inspiration from seabirds and their seamless ability to move between air and water: a perfect symbiosis with their environment. Staying true to this spirit, Breitling is also deeply committed to protecting the oceans and marine life, notably through its partnership with Ocean Conservancy.



ROLEX

une armure de nacre



Mercedes Gleitze entering the waters at Cap Gris-Nez, to the astonishment of the crowd, wearing a Rolex watch on her wrist

Dans l'univers horloger, peu de symboles sont aussi puissants que celui de l'huître (*oyster*) chez Rolex. C'est en 1926 que Rolex dévoile la première montre étanche de l'histoire, qu'elle nomme Oyster, en référence à la coquille impénétrable de l'huître. «Comme une huître protège sa perle, notre Oyster protège son mouvement», déclarait Hans Wilsdorf, fondateur de la marque. Cette comparaison souligne l'essence de Rolex : une solidité absolue, un boîtier conçu pour affronter les éléments, qu'il s'agisse des abysses marins ou des sommets de l'Himalaya. À travers l'initiative Perpetual Planet, créée par Rolex en 2019, la marque soutient des projets liés à la préservation des océans et à la conservation des espèces animales. Le lien entre Rolex et la nature se traduit dans les modèles emblématiques comme la Submariner, conçue pour les plongeurs, ou l'Explorer, pensés pour les aventuriers. Chaque Rolex est une armure moderne, un objet qui, comme l'huître, défie le temps et les éléments.

Rolex first Oyster watch, cushion-shaped, 1926

-/ In the world of watchmaking, few symbols are as powerful as the oyster at Rolex. In 1926, Rolex unveiled the world's first waterproof wristwatch, aptly named the Oyster: a tribute to the shell's impenetrable strength. "Just as an oyster protects its pearl, our Oyster protects its movement," declared Hans Wilsdorf, the brand's founder. The comparison captures the essence of Rolex: absolute solidity, a case built to brave the elements, whether in the ocean's deepest trenches or atop the peaks of the Himalayas. Through its Perpetual Planet initiative, launched in 2019, Rolex supports projects dedicated to ocean preservation and wildlife conservation. The connection between Rolex and the natural world lives on in emblematic models such as the Submariner, designed for divers, and the Explorer, created for adventurers. Every Rolex is a modern suit of armour, an object that, like the oyster itself, stands defiantly against time and the elements.



PANERAI

& le requin

Née à Florence en 1860, et étroitement liée à la mer depuis ses origines, lorsqu'elle équipait les plongeurs de la Marine italienne, Panerai façonne des montres qui traduisent la force et la maîtrise des profondeurs. La maison italienne puise dans l'instinct du monde marin pour concevoir des garde-temps à la fois robustes et élégants. Chaque création, comme la Submersible, reflète la perfection fonctionnelle des organismes qui évoluent dans l'océan : résistance, adaptabilité, endurance. Une beauté née de la performance, une grâce forgée par la contrainte. Cette philosophie s'exprime à travers des matériaux de pointe tels que le titane ultraléger, la céramique inaltérable, le carbone haute performance, pensés pour défier la pression, le sel et le temps. Plus qu'un instrument, chaque montre devient un hommage à l'intelligence naturelle des mers. Fidèle à ses racines, Panerai s'engage aussi pour la préservation du milieu marin, à travers ses partenariats avec IOC-UNESCO et Conservation International, notamment dans la protection et la sensibilisation à la fragilité des océans.



Panerai Submersible QuarantaQuattro Blu Profondo watch AD

-/ Born in Florence in 1860 and tied to the sea since its earliest days, when it equipped the divers of the Italian Navy, Panerai crafts watches that embody the strength and mastery of the deep. The Italian maison draws on the instinctive intelligence of the marine world to design timepieces that are both robust and refined. Each creation, like the Submersible, reflects the functional perfection of the organisms that evolve beneath the surface: resistance, adaptability, endurance. A beauty born of performance, a grace forged under pressure. This philosophy comes to life through advanced materials like ultra-light titanium, indelible ceramic, high-performance carbon, engineered to withstand pressure, salt, and time. More than instruments, these watches become tributes to the natural ingenuity of the sea. True to its roots, Panerai is also committed to protecting marine environments through its partnerships with IOC-UNESCO and Conservation International, particularly in efforts to safeguard the oceans and raise awareness of their fragility.



OMEGA

*20 mille lieues
sous les mers*

Omega fait référence dans l'horlogerie de précision, que ce soit à travers les innombrables développements créés en marge des Jeux olympiques – dont Omega Timing – ou suite à ses aventures spatiales. Mais la marque puise également ses inspirations de l'océan et de ses créatures majestueuses. Symbole clé d'Omega, l'hippocampe est apparu pour la première fois en 1948, ornant le fond des modèles Seamaster, une collection conçue à l'époque pour être étanche avant tout. A ce titre, Omega vient d'annoncer, fin novembre, son partenariat avec le Seamaster Seahorse Rescue Center, une initiative jouant un rôle prépondérant dans la conservation des espèces d'hippocampes menacées de la mer Adriatique. Cependant, l'animalité chez Omega ne se limite pas aux motifs : la marque équipe les explorateurs des fonds marins avec des montres capables de descendre à 10 928 mètres de profondeur, comme la Seamaster Ultra Deep, qui a accompagné l'expédition de Victor Vescovo au point le plus profond de l'océan. Omega s'engage aussi activement dans la préservation de l'océan. La maison est partenaire de GoodPlanet Foundation et soutient des initiatives pour la protection des écosystèmes marins, contribuant ainsi à la sauvegarde des écosystèmes. Avec Omega, performance et élégance vont de pair avec préservation des merveilles des mers.



-/ Omega has long been a benchmark in precision watchmaking, whether through its countless innovations developed around the Olympic Games — including Omega Timing — or through its adventures in space. Yet the brand also draws deep inspiration from the ocean and its majestic creatures. A key Omega symbol, the seahorse first appeared in 1948; it adorns the casebacks of the Seamaster models, a collection originally created with one purpose above all: water resistance. In this spirit, Omega announced in late November its partnership with the Seamaster Seahorse Rescue Center, an initiative playing a vital role in protecting endangered seahorse species in the Adriatic Sea. But Omega's connection to the animal world extends far beyond motifs: the brand equips deep-sea explorers with watches capable of descending to 10,928 meters, such as the Seamaster Ultra Deep, which accompanied Victor Vescovo on his expedition to the deepest point in the ocean. Omega is equally committed to preserving the oceans. The maison partners with the GoodPlanet Foundation and supports initiatives dedicated to safeguarding marine ecosystems.



Omega Seamaster watch

Blancpain entretient un lien singulier avec le monde marin. Sans adopter d'emblème animal officiel, la marque fait de l'océan et de ses créatures un fil conducteur, à la fois esthétique et symbolique. Cette affinité s'exprime surtout à travers la collection Fifty Fathoms, née en 1953, véritable icône de la montre de plongée. Un lien d'autant plus renforcé par les affinités personnelles de son CEO, Marc Hayek, plongeur.

Dans cet univers, l'animal devient un motif discret mais porteur de sens. En 2023, la collaboration Blancpain x Swatch a ainsi rendu hommage à plusieurs nudibranches, ces mollusques marins aux formes et couleurs étonnantes, en les représentant sur le rotor du mouvement. Chaque modèle évoquait une espèce différente, célébrant la diversité et la beauté du monde sous-marin.

Cet intérêt pour la vie marine s'inscrit dans une démarche plus large : celle du Blancpain Ocean Commitment, programme initié pour soutenir la recherche scientifique, la photographie sous-marine et la préservation des écosystèmes marins. Depuis 2014, ce fonds a financé de nombreuses expéditions, expositions et publications consacrées à la connaissance et à la protection des océans.

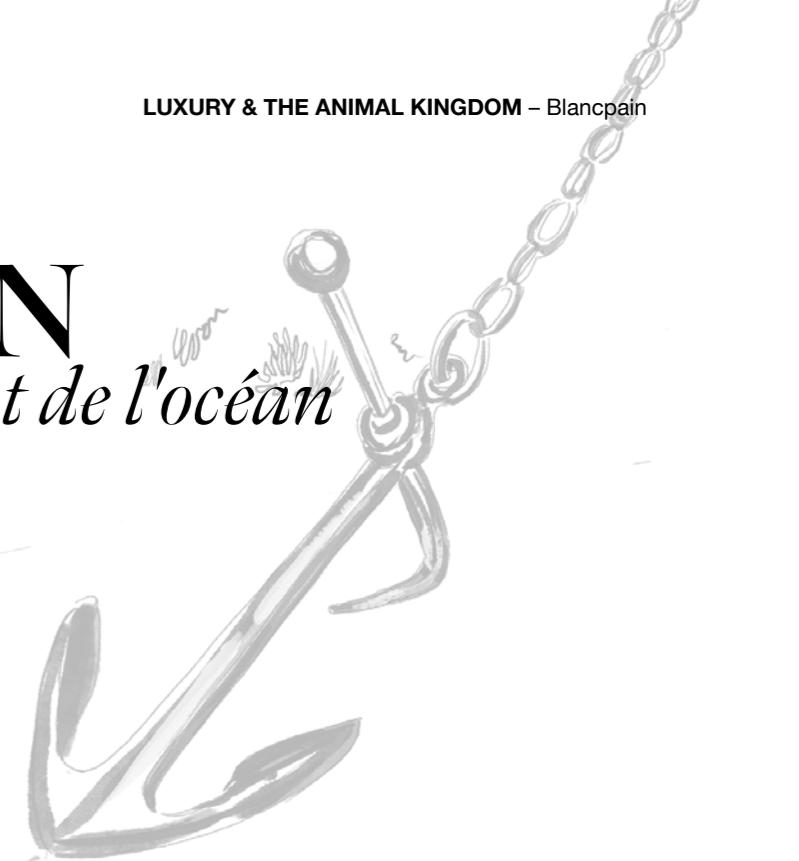
Or, si la démarche de Blancpain semble avoir une sincérité d'avance, c'est en partie dû à l'implication personnelle de Marc Hayek. Humble au pays des fiers, et surtout sincère; Marc Hayek est plongeur. Sous sa direction, Blancpain a soutenu plus de 40 expéditions scientifiques, si bien que pour Blancpain l'animal est le symbole d'un rapport respectueux à la nature : celui d'une maison qui associe la haute horlogerie à la conscience environnementale, où le luxe devient une forme de responsabilité.



Fifty Fathoms Tech BOC IV - © Blancpain

BLANCPAIN

& l'esprit de l'océan

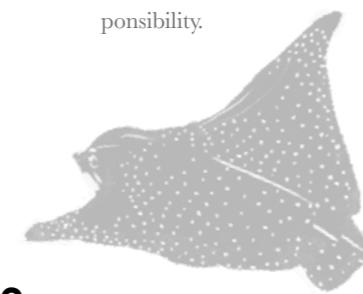


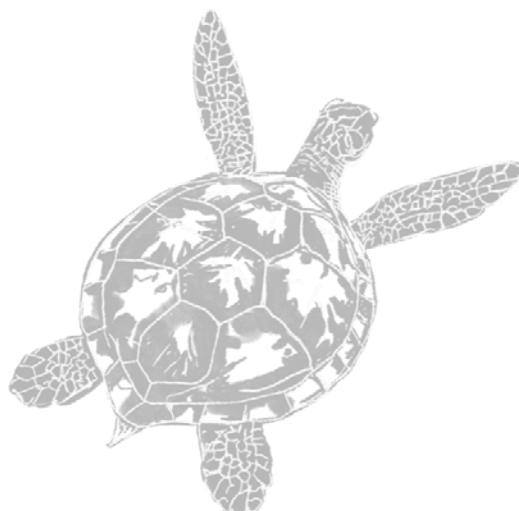
-/ Blancpain maintains a singular bond with the marine world. Although the brand has no official animal emblem, the ocean and its creatures form a guiding thread, both aesthetic and symbolic. This affinity is expressed most clearly through the Fifty Fathoms collection, born in 1953 and now a true icon of the dive watch. The connection is further strengthened by the personal passions of its CEO, Marc Hayek, himself an avid diver.

Within this universe, the animal becomes a discreet yet meaningful motif. In 2023, the Blancpain x Swatch collaboration paid tribute to several nudibranchs, those astonishing marine mollusks with dazzling shapes and colours, by depicting them on the movement's rotor. Each model represented a different species, celebrating the diversity and beauty of the underwater world.

This fascination with marine life is part of a broader commitment: the Blancpain Ocean Commitment, a programme dedicated to supporting scientific research, underwater photography, and the preservation of marine ecosystems. Since 2014, the fund has financed numerous expeditions, exhibitions, and publications devoted to understanding and protecting the oceans.

What gives Blancpain's approach an edge in sincerity is, in large part, Marc Hayek's personal involvement. Humble in a world that prizes pride, and above all genuinely committed, Hayek is a diver. Under his leadership, Blancpain has supported more than 40 scientific expeditions. For Blancpain, the animal is a symbol of a respectful relationship with nature, that of a maison that pairs haute horlogerie with environmental awareness, where luxury becomes a form of responsibility.





TIFFANY & CO.

*la beauté de la nature,
et de l'éternité*

Depuis plus d'un siècle, fleurs, oiseaux, poissons ou papillons nourrissent l'imagination de la Maison new-yorkaise. Parmi elles, le célèbre "Bird on a Rock" de Jean Schlumberger créé en 1965. L'artiste innovant à l'imagination débordante entame en 1956 sa collaboration légendaire avec Tiffany, marquant ainsi un tournant dans l'histoire de la création joaillière. Ses créations fantaisques sont inspirées de la faune et de la flore et serties de diamants, de pierres de couleur et d'email. Son ingéniosité continue d'inspirer la haute joaillerie Tiffany aujourd'hui et les pièces d'archives, devenues collectors, sont régulièrement présentées dans les expositions Tiffany ou lors de ventes aux enchères chez Christie's et Sotheby's. Hommage à la beauté infinie et au rythme des océans, le volet automne du Blue Book 2025 : Sea of Wonder réinterprète des chefs-d'œuvre tirés des archives dans un voyage onirique sous la surface de la mer. À travers la Fondation Tiffany & Co, la Maison soutient des programmes de protection de la vie sauvage et des milieux marins. Avec la collection Save the Wild, elle a versé plus de 10 millions de dollars à la Wildlife Conservation Network, en faveur des espèces menacées. En collaboration avec The Nature Conservancy, elle finance également la restauration des océans et l'utilisation de matériaux plus durables dans la joaillerie.



Tiffany "Bird on a Pearl" collection

-/ For more than a century, flowers, birds, fish, and butterflies have fueled the imagination of the New York maison. Among its icons is Jean Schlumberger's famed "Bird on a Rock," created in 1965. The visionary artist, known for his boundless imagination, began his legendary collaboration with Tiffany in 1956, marking a turning point in the history of jewelry design. His whimsical creations, drawn from the worlds of flora and fauna, are adorned with diamonds, vibrant gemstones, and enamel. His ingenuity continues to inspire Tiffany's high jewelry today, and archival pieces, now coveted collectors' items, are regularly showcased in Tiffany exhibitions or offered at auction by Christie's and Sotheby's. A tribute to the infinite beauty and rhythm of the oceans, the Fall chapter of the Blue Book 2025: Sea of Wonder reinterprets archival masterpieces through a dreamlike journey beneath the surface of the sea. Through the Tiffany & Co. Foundation, the Maison supports wildlife and marine conservation programs. With the Save the Wild collection, it has contributed over 10 million dollars to the Wildlife Conservation Network in support of endangered species. In collaboration with The Nature Conservancy, Tiffany also helps fund ocean restoration and the development of more sustainable jewelry materials.



Métiers d'Art Hommage aux grandes civilisations - Lion de Darius

Vacheron Constantin



En mai 2022, Vacheron Constantin, en collaboration avec le musée du Louvre, rend hommage aux grandes civilisations de l'Antiquité avec une montre Métiers d'Art inspirée de l'Empire perse. Le Lion de Darius, gravé et patiné à la main en or 750/1000, est l'un des rares éléments décoratifs conservés du palais de Darius Ier à Suse. Le calibre automatique 2460 G4/2 laisse libre cours à cette création exceptionnelle, où les disques ton sur ton indiquent heures, minutes, jours et date. Limitée à cinq pièces, cette montre célèbre le savoir-faire rare des artisans et l'alliance parfaite entre histoire et horlogerie.

-/ In May 2022, Vacheron Constantin, in collaboration with the Louvre Museum, paid tribute to the great civilizations of Antiquity with a Métiers d'Art watch inspired by the Persian Empire. The Lion of Darius, hand-engraved and patinated in 18K gold, is one of the rare decorative elements preserved from the palace of Darius I in Susa. The automatic caliber 2460 G4/2 provides a perfect canvas for this exceptional creation, where tone-on-tone discs indicate hours, minutes, days, and date. Limited to just five pieces, this watch celebrates the rare craftsmanship of the artisans and the seamless union of history and horology.

Excalibur Dragon Monotourbillon

Roger Dubuis



En 2024, pour célébrer l'année du Dragon, Roger Dubuis dévoile une édition limitée à 28 pièces où le mythe devient sculpture. Resurgissant tous les 12 ans, le dragon est un symbole légendaire du zodiaque incarnant la force et le pouvoir. Sur le cadran, il apparaît de manière tridimensionnelle, composé de 27 éléments en or rose et laque noire, donnant l'impression de surgir en plein vol. Au cœur de cette mise en scène, le calibre squelette Monotourbillon, entièrement décoré à la main, incarne l'expressivité singulière de la collection Excalibur.

-/ In 2024, to celebrate the Year of the Dragon, Roger Dubuis unveils a limited edition of 28 pieces where myth becomes sculpture. Reappearing every 12 years, the dragon is a legendary zodiac symbol embodying strength and power. On the dial, it appears in three-dimensional form, composed of 27 elements in rose gold and black lacquer, giving the impression of soaring mid-flight. At the heart of this spectacular display, the skeleton Monotourbillon caliber, entirely hand-decorated, embodies the distinctive expressiveness of the Excalibur collection.



ANIMAUX

haute couture

Artiste aux multiples facettes, Anna Blachut signe les illustrations de ce numéro dédié au luxe et au règne animal. Passionnée de mode, elle nous ouvre les portes d'un bestiaire très haute couture.

-/ A multifaceted artist, Anna Blachut brings her illustrations to this issue dedicated to luxury and the animal kingdom. Passionate about fashion, she opens the doors to a haute couture bestiary.

Propos recueillis par Victoria Javet

Anna, quelle artiste êtes-vous ?

«L'art a toujours fait partie de ma vie. A 14 ans, je publiais ma toute première illustration. En parallèle de mes débuts chez Missoni, j'ai étudié à Parsons Paris et à l'Université d'Édimbourg, puis à la Harvard Business School. Mon parcours professionnel m'a menée à la mode, la beauté et la communication dans le domaine du luxe avant que je ne revienne au dessin. Avoir travaillé à la fois sur les aspects stratégiques et créatifs de cette industrie a façonné ma capacité à raconter des histoires qui résonnent à la fois émotionnellement et visuellement.»

Qu'est-ce qui vous inspire ?

«La beauté et le savoir-faire de la haute couture, ainsi que de l'effervescence de la Fashion Week de Paris sont des inspirations constantes. Voyager, visiter des musées et des galeries, ainsi que m'immerger dans la nature, sont également essentiels à mon processus créatif. L'illustrateur René Gruau et les artistes modernistes impressionnistes, en particulier les peintres viennois Gustav Klimt et Egon Schiele, continuent de façonner mon regard artistique.»

Quelles techniques utilisez-vous ?

«Je combine le travail du trait et l'expression gestuelle de la couleur. Je travaille avec l'encre de Chine, l'aquarelle, le stylo, l'acrylique et le crayon de couleur. J'intègre également des outils numériques pour créer des illustrations adaptées aux campagnes et à l'impression. Chaque trait est dessiné à la main, même lorsqu'il est numérisé, afin de conserver une dimension humaine et émotionnelle.»

-/ Anna, what kind of artist are you?

«Art has always been part of my life. I published my very first illustration at 14. While beginning my career at Missoni, I studied at Parsons Paris and the University of Edinburgh, and later at Harvard Business School. My professional journey took me through fashion, beauty, and luxury communications before I returned to drawing as my main medium. Working on both the strategic and creative sides of the industry shaped my ability to tell stories that resonate emotionally and visually.»

What inspires you?

«The beauty and craftsmanship of haute couture, as well as the energy behind Paris Fashion Week, are constant sources of inspiration. Traveling, visiting museums and galleries, and immersing myself in nature are also essential to my creative process. The illustrator René Gruau, along with modernist and impressionist artists—particularly Viennese painters Gustav Klimt and Egon Schiele—continue to shape my artistic vision.»

Which techniques do you use?

«I combine line work with gestural expressions of color. I work with Indian ink, watercolor, pen, acrylic, and colored pencil, while also incorporating digital tools for illustrations adapted to campaigns and print. Every line is hand-drawn, even when digitized, to preserve a human, emotional quality.»

«Je combine le travail du trait et l'expression gestuelle de la couleur. Je travaille avec l'encre de Chine, l'aquarelle, le stylo, l'acrylique et le crayon de couleur.»

— Anna Blachut



How would you define your style?

«My aesthetic is both soft and structured, modern yet nostalgic. There's a subtle tension in my lines: romantic but purposeful, feminine but never passive. My style is often described as cinematic, intimate, and European.»

How did you approach the illustrations for this edition of COTE Magazine?

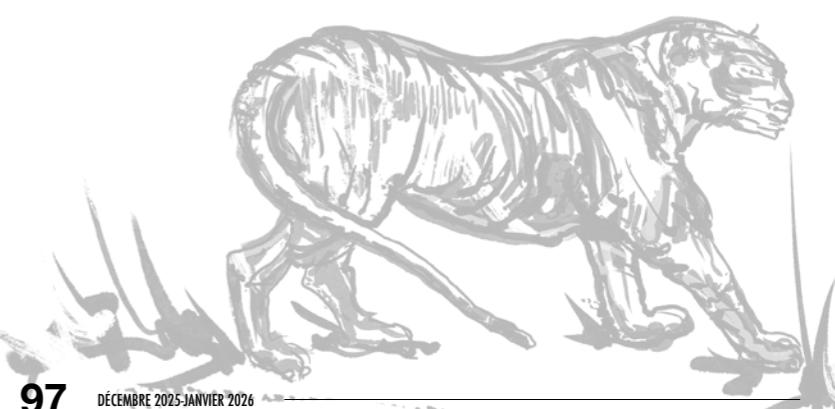
«The challenge was to interpret the incredibly rich history of each house through a single symbolic animal. I approached the series as a poetic exercise in visual metaphor, exploring archives, researching pieces across different eras to observe their evolution, and blending luxury codes with conceptual elegance.»

What message do you want to convey through your work?

«That softness is powerful. That fashion is memory. And that there is beauty in chaos. My work celebrates emotion, unexpected details, and the feminine spirit in a way that embraces nuance and elegance.»

What projects are you currently working on?

«I'm collaborating with houses like Bvlgari, Zadig & Voltaire, and Diptyque, alongside private commissions and live sketching at select events. My current focus is building a body of editorial and campaign work while exploring larger formats and contemporary art. I'm developing a personal series on the feminine presence in watchmaking, a Riviera-inspired series, and more abstract explorations of time and texture.»



L'INSTINCT du style

Entre héritage, puissance et expression de soi, les imprimés animaliers s'imposent à nouveau dans les collections, audacieux et raffinés.

-/ Between heritage, power and self-expression, animal prints are once again taking center stage in collections, bold yet refined.

Agathe Forichon

Tour à tour symbole de puissance, de liberté ou de provocation, l'imprimé animalier traverse les décennies sans jamais perdre de sa force. Des icônes du glamour des années 50 aux silhouettes affirmées d'aujourd'hui, il a su évoluer, se délester du clinquant pour embrasser une élégance assumée.



Christian Louboutin leopard pattern ballerinas

Le léopard demeure le plus emblématique des imprimés. Ni tapageur ni sage, il s'installe au cœur des collections, entre sensualité et pouvoir tranquille. Revisité dans des nuances feutrées, il s'exprime sur des étoffes nobles comme le velours ou le crêpe. Sur une robe, un manteau structuré ou un sac signé Saint Laurent, il révèle une allure sûre d'elle, sophistiquée mais instinctive, à la frontière du classique et du désir.

Leopard remains the most iconic of all prints. Neither loud nor tame, it anchors itself at the heart of collections, striking a balance between sensuality and quiet power. Reimagined in muted tones, it appears on noble fabrics such as velvet and crepe. On a flowing dress, a structured coat or a Saint Laurent bag, it conveys a self-assured, sophisticated allure, poised between timeless chic and instinctive desire.



Khaite fall/winter 2025



ALAIA Le Click medium snake-effect shoulder bag

Le serpent continue de séduire par sa dimension tactile et luxueuse. Effet python ou écailles imprimées, il s'invite sur des peaux métallisées, des soies fluides et des accessoires aux reflets changeants. Chez Stella McCartney ou Zimmermann, l'imprimé se fond dans des teintes naturelles comme le beige sable, le brun doré, le caramel ou le taupe pour une allure sophistiquée, presque mystique.

Snake continues to fascinate with its tactile, luxurious appeal. Whether in python effect or embossed scales, it appears on metallic leathers, fluid silks and accessories that shimmer with movement. At Stella McCartney and Zimmermann, the print takes on natural shades of sand beige, golden brown, caramel or taupe, creating a sophisticated and almost mystical allure.



Gabriela Hearst autumn/winter 2025



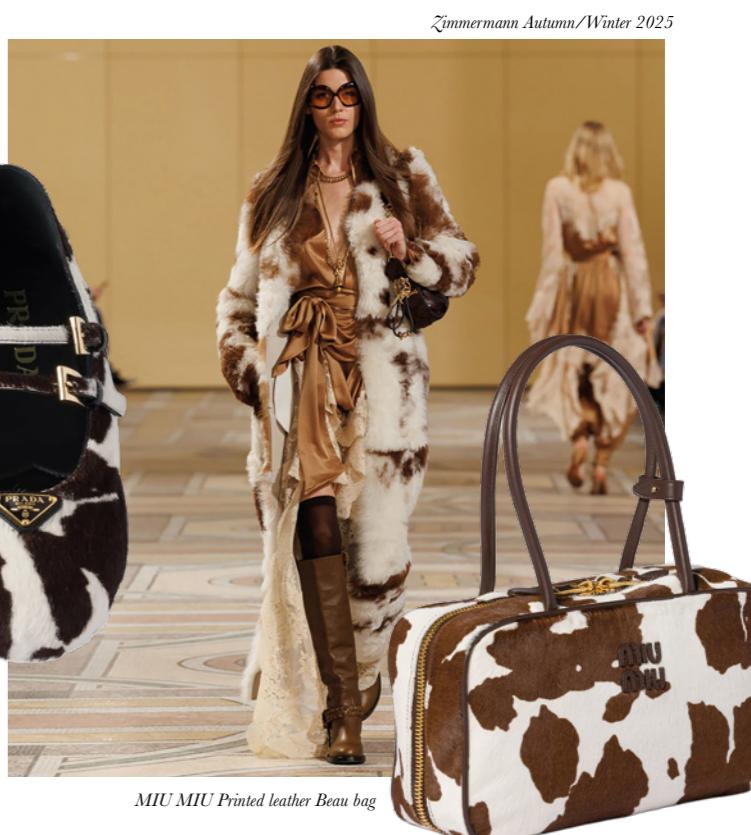
Prada cow print ballet flats



Jimmy Choo x Conner Ives
Gloria boots

Le zèbre, lui, fascine par son graphisme pur. Noir et blanc, parfois recoloré, il sculpte la silhouette avec précision. Ses rayures irrégulières deviennent presque architecturales chez Jimmy Choo ou Alaïa, transformant le motif animalier en exercice de style géométrique. Minimaliste et hypnotique, il capte la lumière autant que les regards.

Zebra captivates with its pure graphic rhythm. Black and white, sometimes recolored, it sculpts the silhouette with precision. Its irregular stripes become almost architectural at Jimmy Choo and Alaïa, turning the animal motif into a geometric statement. Minimalist yet hypnotic, it captures both the light and the gaze.



Zimmermann Autumn/Winter 2025

Enfin, le cow print s'impose comme le motif inattendu de la saison. Moins apprivoisé, plus ludique, il se distingue par ses taches organiques et contrastées. Repéré chez Miu Miu et Prada, il apporte une dose d'ironie et d'esprit libre au vestiaire, entre ruralité détournée et chic urbain.

Finally, cow print emerges as the season's unexpected statement. Less restrained and more playful, it stands out with its organic, contrasting shapes. Seen at Miu Miu and Prada, it injects irony and freedom into the wardrobe, blending rural inspiration with urban chic.



RICHARD ORLINSKI

sculpteur du vivant

Comme ses œuvres, Richard Orlinski est sans détour. Son langage et son regard sont droits. Il a fait de la simplicité son cheval de bataille. Comme lui, ses structures ne trichent pas : elles montrent ce qu'elles sont, ne cachant rien.

-/ Like his artworks, Richard Orlinski doesn't beat around the bush. His voice and his gaze are straightforward. Simplicity is his driving force. Just like him, his sculptures don't pretend, they show what they are, hiding nothing.

Propos recueillis par John Hartung

Richard Orlinski, pourquoi vos créations nous touchent-elles, d'après vous ?

«C'est très simple: mes sculptures sont immédiatement lisibles. Elles transmettent un message clair, accessible, qui suscite une émotion instantanée. Comme elles sont souvent colorées, vivantes, expressives, elles réveillent quelque chose de primaire en nous. Même de très jeunes enfants ont envie de les toucher ou de les nourrir. Il n'y a pas de barrière d'âge, de culture ou de milieu. C'est un art qui parle directement aux gens, sans explication nécessaire. C'est un art du partage, de l'émotion.»

Vous évoquez cette dimension « primaire ». Est-ce cela qui nous touche ?

«Ce n'est pas tant la primalité que la simplicité volontaire. Je conçois mes pièces pour qu'elles soient comprises immédiatement, et que chacun puisse projeter sa propre émotion. Je n'impose rien. Je propose une forme de liberté : quelque chose se passe, c'est vivant, positif, et chacun est libre d'y voir ce qu'il ressent.»

-/ Richard Orlinski, why do you think your works resonate so strongly with people?

“It's very simple: my sculptures are immediately readable. They deliver a clear, accessible message that triggers an instant emotion. Because they're often colorful, lively, expressive, they awaken something primal in us. Even very young children want to touch them or feed them. There are no age, cultural, or social barriers. It's art that speaks directly to people, no explanation required. It's art of sharing, of emotion.”

You talk about this “primal” dimension. Is that what moves us?

“It's less about primal than about deliberate simplicity. I design my pieces so they can be understood instantly, and so everyone can project their own emotion onto them. I don't impose anything. I offer a kind of freedom: something happens, it's alive, it's positive, and everyone is free to feel whatever they feel.”

Comment faites-vous pour capter l'essence d'un animal, sa puissance, sa présence?

«Je ne cherche pas à la capter, mais à la retrancrire. L'essentiel, c'est d'exagérer ce qui constitue l'animalité : la bouche ouverte, la tension, l'énergie, le mouvement. Même si une sculpture est figée, j'essaie qu'elle paraisse en action. On force les traits pour faire ressortir ce que l'animal a de puissant et ce qu'il y a d'animal en nous.»

Est-ce que ce travail est une manière de vous connecter à votre propre animalité ?

«Je ne le fais pas pour moi, je le fais pour les autres. Mon objectif est de provoquer une émotion, pas un exercice introspectif. Mais il est vrai que notre rapport à l'animal est très ancien, presque archétypal. Dans des œuvres populaires comme *Le Livre de la Jungle*, chaque animal devient le double d'un trait humain. Ce lien est profondément inscrit en nous.»

Pensez-vous que nous ayons perdu une forme de connexion au monde animal ?

«On l'a perdue depuis très longtemps. Le concept de violence animale que j'avais développé pour un projet partait de là : les animaux tuent pour se nourrir, donc pour des raisons vitales, dans un cycle vertueux. Nous, nous tuons pour tout et n'importe quoi. Les animaux ne sont peut-être pas plus intelligents, mais ils ont une intelligence émotionnelle et instinctive que nous avons largement perdue.»

Croyez-vous que l'on cherche, en achetant vos œuvres, à se reconnecter à cette partie de nous ?

«Ce que cherchent les gens, d'abord, c'est une émotion. Peut-être que ça reconnecte, peut-être que ça apaise, mais chacun vit ça différemment. À partir du moment où quelque chose se passe, c'est gagné. Mais je ne prétends pas savoir ce qu'il se passe en nous.»



How do you capture the essence of an animal, its power, its presence?

“I'm not trying to capture it, I'm trying to express it. The key is to exaggerate what makes an animal an animal: the open mouth, the tension, the energy, the movement. Even if a sculpture is frozen, I want it to look like it's in action. You amplify the features to bring out what's powerful in the animal, and what's animal in us.”

Is this work a way for you to connect with your own animality?

“I'm not doing it for myself, I'm doing it for others. My goal is to spark an emotion, not to do a personal introspective exercise. But it's true that our relationship to animals is very old, almost archetypal. In stories like *The Jungle Book*, every animal embodies a human trait. That link is deeply rooted in us.”

Do you think we've lost our connection with the animal world?

“We lost it a long time ago. My concept of “animal violence,” which I developed for a project, came from that idea: animals kill to eat, to survive; it's part of a virtuous cycle. We kill for anything and everything. Animals may not be more intelligent than us, but they have emotional and instinctive intelligence that we've largely lost.”





Vos œuvres sont souvent monumentales. Est-ce que la taille est un hommage à la puissance du vivant ?

«J'aime jouer avec l'infiniment grand et le petit. Mais oui, le gigantisme me parle. Il y a quelque chose d'archaïque et de symbolique là-dedans. Et plus c'est grand, plus c'est visible : ça rappelle un règne animal disparu mais fascinant.»

Pendant des millénaires, l'homme a crain les animaux. Est-ce qu'il reste en nous quelque chose de ce conditionnement primitif ?

«Je pense oui, mais ce n'est pas universel. Beaucoup d'humains veulent protéger le vivant. D'autres s'en désintéressent. Ce n'est pas une réaction unique, c'est une fracture dans la société. Mais il est certain qu'il nous manque quelque chose.»

Devrait-on réapprendre à vivre autrement avec le vivant pour se reconnecter à nous-mêmes ?

«Complètement. Le problème, c'est que tout ça est devenu un sujet récupéré politiquement, ce qui complique énormément les choses. La cause animale pourrait faire beaucoup de bien, mais elle est aujourd'hui enfermée dans des discours militants qui la déconnectent parfois du réel.»

Do you think people buy your work as a way to reconnect with that part of themselves?

«What people are looking for, first of all, is an emotion. Maybe it reconnects them, maybe it soothes them, everyone experiences it differently. As soon as something happens inside them, it's a win. But I don't pretend to know what exactly is happening.»

Your works are often monumental. Is size your way of paying tribute to the power of the living world?

«I like playing with extremes, the very big and the very small. But yes, gigantism speaks to me. There's something archaic and symbolic about it. And the bigger it is, the more visible it becomes, like a vanished but fascinating animal world.»

For millennia, humans feared animals. Is part of that primitive conditioning still inside us?

«I think so, yes, but it's not universal. Many people want to protect life. Others don't care. It's not a single reaction, it's a societal divide. But there's no question that something is missing in us.»

Should we relearn how to live with the living world in order to reconnect with ourselves?

«Absolutely. The problem is that the whole topic has been politicized, which complicates everything. The animal cause could do a lot of good, but today it's often trapped in activist rhetoric that sometimes disconnects it from reality.»

Vous vous engagez aux côtés d'Annabelle Brourhant et de la fondation Hope, qui accompagne les femmes atteintes ou ayant été atteintes du cancer. Est-ce que vous pensez que nous passons à côté de l'essentiel ?

«C'est typiquement humain. On s'adapte à tout, on fonctionne sans recul. On est caméléon, et parfois c'est une qualité... parfois non. On oublie qu'être vivant n'est pas un acquis. M'engager aux côtés d'Annabelle Brourhant et de la Fondation Hope, c'est remettre l'humain au centre. Ces femmes qui traversent ou ont traversé un cancer nous donnent une leçon de courage incroyable. Elles nous rappellent que la vie n'est jamais acquise, que chaque moment a une valeur immense.»

Est-ce que votre art a pour but d'attirer l'attention sur une problématique ?

«Oui, ça en fait partie, mais ce n'est pas un instrument militant. Le simple fait de représenter des animaux, d'en parler, d'attirer l'attention, contribue déjà à la sensibilisation. Je fais aussi beaucoup d'actions concrètes à travers le monde pour la cause animale. Après, je ne sais pas à quel degré ça contribue, mais c'est là.»

Comment passe-t-on d'un art qui plaît à un art qui défend une cause ?

«En fédérant. En rassemblant des gens autour de projets. Je travaille avec des fondations, des réserves, des associations. L'art sert à s'interroger. Je propose un support pour se poser des questions. Mais je ne peux pas imposer cette réflexion. Chacun en fait ce qu'il veut. Pour ma part je soutiens plusieurs associations, notamment avec Raphaël Mezrahi, qui est très engagé comme ambassadeur de la cause animale.»

Parlez-nous de votre livre Rétrospective.

«Comme son nom l'indique, c'est une rétrospective, mais pas un catalogue classique. C'est un projet très atypique, écrit par Sonia Chain, qui raconte un univers d'artiste, en l'occurrence le mien mais ça aurait pu être un autre, et pas seulement à travers les œuvres, mais la musique, le sport, les collaborations, tout ce que nous développons avec le groupe Orlinski. C'est un objet hybride, très narratif, très visuel, qui n'avait encore jamais existé sous ce format.»

You're working with Annabelle Brourhant and the Hope Foundation, which supports women who are living with or have survived cancer. Does this make you feel we're missing the essentials?

“That's very human. We adapt to everything, we move forward without taking any distance. We're chameleons, sometimes that's a strength, sometimes not. We forget that being alive isn't guaranteed.

Working alongside Annabelle Brourhant and the Hope Foundation means putting humans back at the center. These women who are fighting or have fought cancer give us an incredible lesson in courage. They remind us that life is never a given, and that every moment holds immense value.”

Is your art meant to draw attention to an issue?

“Yes, that's part of it, but it's not a militant tool. Just representing animals, talking about them, drawing attention; that already helps raise awareness. I also support lots of concrete initiatives around the world for animal causes. I don't know how much of an impact it has, but it exists.”

How does an art that people love turn into an art that advocates for a cause?

“By gathering people. By bringing people together around projects. I collaborate with foundations, wildlife reserves, associations. Art helps us ask questions. I provide a medium for reflection. But I can't force that reflection. Everyone interprets it in their own way. Personally, I support several organizations, including with Raphaël Mezrahi, who is very committed as an ambassador for animal protection.”

Tell us about your book Rétrospective.

“As the name suggests, it's a retrospective, but not a traditional catalog. It's a very unusual project, written by Sonia Chain, that tells the story of an artist's universe, in this case mine, but it could have been another, not only through the artworks, but also through music, sports, collaborations, everything we're developing with the Orlinski group. It's a hybrid object, very narrative, very visual, something that had never existed in this format before.”



DES ROIS et des bêtes

Du Nil à la Tamise, des steppes d'Asie aux palais d'Europe, les animaux royaux racontent la permanence du prestige et la symbolique du pouvoir. Figures totémiques, elles continuent d'habiller l'imaginaire du luxe et de la royauté.

-/ From the Nile to the Thames, from the Asian steppes to Europe's palaces, royal animals have long embodied prestige and the symbolism of power. As totemic figures, they continue to shape the visual language of luxury and monarchy.

Julie des Esseintes

Le lion règne sans partage sur les armoiries européennes depuis le Moyen Âge. Symbole de bravoure, de noblesse et de lumière solaire, il orne les étendards des rois d'Angleterre comme les broderies des tuniques royales. En miroir, l'aigle — de Rome à Byzance, jusqu'à Napoléon et en passant par une Écosse qui défia le lion anglais — représente la souveraineté et la vision d'en haut, l'œil perçant de celui qui domine le monde. D'autres animaux plus discrets incarnent des vertus subtiles : le cygne pour la pureté, le cerf pour la sagesse et la régénération, le paon pour la beauté et la vanité assumée des cours raffinées. La royauté a toujours lu dans la nature sa propre image : les animaux sont des allégories du pouvoir, de la beauté et du droit de régner.

-/ The lion has dominated European heraldry since the Middle Ages. A symbol of bravery, nobility, and solar radiance, it adorns the banners of English kings and the embroidered robes of royal courts. Opposite it stands the eagle — from Rome to Byzantium, from Napoleon to a defiant Scotland challenging England's lion — the bird of sovereignty, elevated vision, and the piercing eye of he who rules from above. Other, more discreet creatures embody subtler virtues: the swan for purity, the stag for wisdom and regeneration, the peacock for beauty and the proudly assumed vanity of refined courts. Royalty has always read its own reflection in nature: animals are allegories of power, beauty, and the right to rule.



William, Prince of Wales, les plumes d'argent, Royaume-Uni
Né en 1982, l'héritier de la couronne britannique porte l'emblème des Prince of Wales's Feathers : trois plumes d'autruche argentées surmontées d'une couronne d'or, avec la devise Ich Dien ("Je sers"). Héritage médiéval et symbole d'humilité aristocratique, ces plumes traduisent un pouvoir tempéré, moderne et responsable.

-/ Born in 1982, the heir to the British crown bears the historic Prince of Wales's Feathers: three silver ostrich plumes rising from a golden crown, above the motto Ich Dien ("I serve"). A medieval legacy and emblem of aristocratic humility, the feathers embody a tempered, modern, responsible form of power.

François I^{er}, la salamandre du feu royal, France, XVI^{me} siècle
Son emblème était la salamandre, animal mythique capable de vivre dans les flammes sans être consumé. Elle symbolisait la résistance, la renaissance et la force du monarque face à l'adversité. Accompagnée de la devise Nutrisco et extinguo ("Je nourris et j'éteins"), elle illustre un pouvoir qui entretient le feu sacré du royaume tout en maîtrisant ses ardeurs. Dans les châteaux de Chambord, Blois ou Fontainebleau, la salamandre orne frontons, plafonds et cheminées.

-/ His emblem was the salamander, a mythical creature said to survive flames unscathed. It stood for resilience, rebirth, and the monarch's strength in adversity. Paired with his motto Nutrisco et extinguo ("I nourish and I extinguish"), it evokes a power that tends the sacred fire of the kingdom while mastering its blaze. In Chambord, Blois, and Fontainebleau, the salamander adorns pediments, ceilings, and grand chimneys.

Assurbanipal, le roi et ses lions, Empire néo-assyrien, VII^{me} siècle av. J.-C.
Les bas-reliefs du palais de Ninive le montrent terrassant des lions. L'animal devient l'incarnation de son courage et de sa domination sur la nature et les hommes. Ce motif inspirera toute l'iconographie du pouvoir au Proche-Orient.
-/ The reliefs of Nineveh depict him slaying lions. The beast becomes the manifestation of his courage and his mastery over nature and men, a motif that shaped the entire visual language of Near Eastern power.

Charlemagne, l'œil de l'Empire Empire carolingien, VII^{me} siècle
L'aigle impérial, hérité de Rome, plane sur son autorité. Il voit tout, règne d'en haut. Un symbole repris plus tard par les rois et les empereurs.
-/ The imperial eagle, inherited from Rome, hovers over his authority: seeing all, ruling from above. A symbol later adopted by kings and emperors across Europe.



Cléopâtre, la morsure divine, Égypte, Ier siècle av. J.-C.
Son diadème orné du cobra royal (uræus) protège et menace à la fois. Le serpent, symbole de renaissance et de savoir caché, fait d'elle une déesse terrestre. Bulgari en fera plus tard une icône joaillière.

Her diadem, crowned with the royal cobra (uræus), protects and threatens in equal measure. The snake, symbol of rebirth and hidden knowledge, casts her as a living goddess. Centuries later, Bulgari would turn it into an icon of high jewelry.



Papyrus illustrant le culte du dieu Sobek ; crocodile divin éponyme de la reine Néférouroueb. Musée du Caire.

Éléonore d'Aquitaine, la souveraine au félin d'or, France et Angleterre, XII^{me} siècle
Première reine d'Europe à posséder un blason personnel, elle choisit les félins : puissance, sensualité et indépendance. Une ancêtre symbolique de la femme Cartier, libre et fascinante.

-/ The first queen of Europe to possess her own heraldic device chose the great felines: strength, sensuality, independence. A symbolic ancestor of the Cartier woman: free, magnetic, unmistakable.



Hailé Sélassié Ier, le lion conquérant de Juda,

Éthiopie, XX^e siècle

Dernier empereur d'Éthiopie (1892-1975), il porte dans son titre même le Lion de Juda, symbole biblique du Christ et de la monarchie sacrée. Sa crinière spirituelle inspira le mouvement rastafari et tout un imaginaire afro-impérial.

-/ The last emperor of Ethiopia (1892–1975) bore the Lion of Judah in his very title : a biblical symbol of Christ and sacred monarchy. His spiritual mane later inspired the Rastafari movement and an entire Afro-imperial imagination.

Felipe VI, l'aigle d'Espagne

Né en 1968, il règne sur une monarchie dont les armoiries associent les royaumes fondateurs — Castille, Léon, Aragon, Navarre et Grenade — autour du lion de Léon, témoin médiéval de la souveraineté hispanique. L'aigle de Saint-Jean, jadis emblème spirituel des Rois Catholiques puis des Habsbourg, ne figure plus dans les armoires modernes ; mais sa silhouette continue de planer dans l'imaginaire royal espagnol. Oiseau de vision, d'équilibre et de légitimité sacrée, il incarne cette clairvoyance institutionnelle que Felipe VI s'emploie à restaurer. Un bestiaire républicain par le style, royal par l'essence : un équilibre subtil d'une monarchie contemporaine.

-/ Born in 1968, he reigns over a monarchy whose coat of arms combines the founding kingdoms — Castile, León, Aragon, Navarre and Granada — around the lion of León, a medieval symbol of Spanish sovereignty. The eagle of Saint John, once the spiritual emblem of the Catholic Monarchs and then of the Habsburgs, no longer appears in the modern coat of arms, but its silhouette continues to hover in the Spanish royal imagination. A bird of vision, balance and sacred legitimacy, it embodies the institutional foresight that Felipe VI is striving to restore. A bestiary that is republican in style but royal in essence : a subtle balance of a contemporary monarchy.



Meiji, le dragon moderniste du Japon, Japon, XIX^e siècle

Sous l'empereur Meiji (1852-1912), le Japon s'ouvre au monde et se transforme en puissance moderne, mêlant traditions millénaires et innovations industrielles. Si le chrysanthème demeure l'emblème officiel de la maison impériale, le dragon, figure majeure de la mythologie est-asiatique, accompagne l'imagination de l'époque. Symbole de mutation, d'énergie créatrice et de puissance souveraine, il incarne l'élan d'un empire qui se réinvente sans renier ses racines. Un motif artistique plus qu'héraldique, mais parfaitement accordé à l'esprit de la modernisation Meiji.

-/ Under Emperor Meiji (1852–1912), Japan opened up to the world and transformed itself into a modern power, blending ancient traditions with industrial innovation. While the chrysanthemum remained the official emblem of the imperial house, the dragon, a major figure in East Asian mythology, accompanied the imagination of the era. A symbol of change, creative energy and sovereign power, it embodied the momentum of an empire that was reinventing itself without denying its roots. It was an artistic motif rather than a heraldic one, but perfectly in tune with the spirit of Meiji modernisation.



BUSINESS & LEADERS

L'INVITÉ AUREL BACS – LGT – PICTET ET LA PHILANTHROPIE – THE REAL DEAL – VEUVE CLICQUOT



American feminist, political activist, and editor, 1981

L'invité AUREL BAECS

Il est connu pour sa verve, sa passion qui envoûte une salle, que le respect pour les œuvres dont il défend la valeur commande. Déjà, Aurel Baes a marqué de son empreinte le monde des enchères ; voici un peu de son histoire.

-/ He is known for his eloquence, his ability to captivate a room, and the reverence he shows toward the objects whose value he defends. Aurel Baes has already left a lasting mark on the world of watch auctions. Here is a glimpse into his story.

Propos recueillis par John Hartung



Aurel Baes, votre métier semble être à la croisée de plusieurs mondes. Comment le décririez-vous ?

«Nous vendons aux enchères des montres de collection. Or, il n'y a rien de rationnel dans le fait de collectionner : c'est une question d'amour, de passion et de curiosité. Fabriquer aujourd'hui des montres mécaniques complexes n'est pas rationnel, pourtant, des horlogers le font. Nous côtoyons des collectionneurs qui achètent ces pièces, les revendent, d'autres qui les rachètent... Je vis entouré de passionnés, ou de fous, selon le point de vue. Et pour vivre parmi les fous, il faut l'être un peu soi-même. Je vois mon métier comme celui d'un entremetteur horloger : je cherche à unir une montre et son futur propriétaire. Il faut être à la fois arbitre et diplomate. Nous devons faire en sorte que chaque montre soit évaluée, présentée et vendue avec justesse, dans le respect de toutes les parties.»

Votre loyauté pourrait a priori être partagée entre le vendeur et l'acheteur, or vous semblez aimer les montres plus que tout : s'attache-t-elle dès lors au produit ?

«Oui, c'est exact. Chez Phillips, nous essayons d'être loyaux à la valeur réelle d'un objet. Une montre qui vaut 10 000 dollars devrait se vendre à 10 000 dollars. Une maison de vente ne peut pas survivre sur le court terme ; notre crédibilité repose sur l'équilibre, sur la justice que nous rendons à chaque pièce et à chaque client. Évidemment, lorsque nous avons des pièces uniques ou historiques dans les mains, c'est un défi de déterminer leur juste valeur.»

Avant la vente, il y a tout un travail d'analyse et de sélection. Comment cela se passe-t-il ?

«Tout commence par le collectionneur, le propriétaire d'une pièce. C'est lui qui choisit quand, comment et avec qui il souhaite vendre. Puis, nous devons déterminer si la montre correspond à l'intérêt et aux exigences de nos collectionneurs. Ensuite vient la phase d'étude : voyager pour rencontrer le propriétaire, examiner la montre, comparer chaque détail avec les archives de la manufacture. Il faut tout vérifier : l'année, la configuration d'origine, les modifications éventuelles. C'est un travail de fourmi, souvent nocturne, bien loin du glamour que l'on imagine.»

Aurel Baes, your work seems to exist at the crossroads of several different worlds. How would you describe it?

“We auction collector's watches. And there is absolutely nothing rational about collecting, it's pure love, passion, and curiosity. Making highly complicated mechanical watches today makes no rational sense, yet watchmakers still do it. We deal with collectors who buy these pieces, then sell them, and others who buy them again... I live surrounded by passionate people, or mad people, depending on how you look at it. And to live among the mad, you have to be a little mad yourself. I see my job as that of a watch matchmaker: I try to unite a watch with its future owner. You need to be part referee, part diplomat. Our task is to make sure each watch is assessed, presented, and sold fairly, with respect for everyone involved.”

At first glance, your loyalty could be torn between seller and buyer. Yet it seems your true loyalty is to the watch itself. Is that fair to say?

“Yes, absolutely. At Phillips, we try to remain loyal to the true value of an object. A watch worth \$10,000 should sell for \$10,000. An auction house cannot survive if it only thinks in short-term gains; our credibility depends on balance, on the fairness we bring to every piece and every client. Of course, when we handle rare or historically important watches, determining their value becomes much more challenging.”

Before the sale, there is an entire phase of analysis and selection. How does that work?

“It always begins with the collector, the owner of a watch. They decide when, how, and with whom they want to sell it. Then we have to determine whether the watch suits our collectors' interests and standards. After that comes the research phase: traveling to meet the owner, examining the watch, comparing every detail with the manufacturer's archives. We check everything: the year, the original configuration, any modifications. It's meticulous work, often done at night, far from the glamorous image people imagine.”



Quelles sont, selon vous, les qualités essentielles pour exercer ce métier?

«Je dirais qu'il y a deux catégories. La première, c'est la connaissance : des montres, des clients, du marché, de l'histoire. Cela s'acquiert par la lecture, l'expérience, la curiosité. Mais la seconde est plus importante encore : ce sont les valeurs. L'intégrité, la justesse, le sens du respect. Nous exerçons un métier de service : si vous trahissez la confiance de vos clients, vous n'avez rien à faire dans ce milieu.»

Voici maintenant le jour de la vente, vous entrez dans la salle, vous êtes sous le feu des projecteurs et vous apprêtez à devenir l'Aurel Bacs de scène. Que se passe-t-il à ce moment-là, en vous?

«Plus rien d'autre n'existe. C'est comme si une partie de mon cerveau se mettait en mode automatique. Vous agissez par réflexe. Vous avez des centaines de collectionneurs face à vous, tout le monde vous observe. Il n'y a pas de place pour l'erreur. L'huiissier lit les conditions de vente puis, à partir du premier lot, tout devient instinctif. Comme un pilote de Formule 1, je ne vois plus que la route.»

Était-ce intimidant au début?

«Terrifiant. Parler en public est déjà un défi ; mais ici, rien n'est éditable. Si vous dites une bêtise, tout le monde l'entend, et vous devenez la risée du milieu. Au début, je ressentais la pression de toute la communauté : vendeurs, acheteurs, presse. Je croyais être responsable du résultat, alors que je ne suis qu'un modérateur : je fais dialoguer les parties. Avec le temps, après trente ans d'enchères, on apprend à vivre avec cette pression.»

Comment avez-vous gagné cette confiance en vous ?

«La vie est le meilleur des professeurs. Au début, je vivais chaque résultat comme une victoire ou une défaite personnelle. Si une montre se vendait moins bien que prévu, je m'en voulais. Puis j'ai compris que nous ne maîtrisons pas tout. Les marchés, les taux d'intérêt, les humeurs du monde influencent les enchères. Aujourd'hui, j'essaie de me rappeler que je ne suis qu'un grain de riz parmi d'autres : je contribue, mais je ne décide pas de tout.»

In your opinion, what qualities are essential for this profession?
«I would divide them into two categories. First, knowledge: of watches, clients, the market, and history. You develop that through reading, experience, and curiosity. But the second category is even more important: values. Integrity, fairness, respect. We are in a service profession; if you betray the trust of your clients, you have no business being here.»

Let's go to the day of the auction. You walk into the room, under the lights, and you're about to become the "stage version" of Aurel Bacs. What happens in that moment?

«Everything else disappears. It's like part of my brain switches into automatic mode. You act purely on instinct. You have hundreds of collectors in front of you, everyone watching. There is no room for mistakes. The auction clerk reads the conditions of sale, and from the first lot onward, everything becomes instinctive. Like a Formula One driver, all you see is the road.»

Was it intimidating at the beginning?

«Terrifying. Public speaking is already a challenge - but in this context, nothing can be edited. If you say something foolish, everyone hears it, and you become the joke of the industry. At the beginning, I felt enormous pressure from sellers, buyers, the press. I truly believed I was responsible for the result, when in reality I'm only a moderator - I facilitate the dialogue between the parties. With time, after thirty years of auctions, you learn to live with the pressure.»

How did you develop that confidence?

«Life teaches it to you. At the beginning, I took every result as a personal victory or personal failure. If a watch sold for less than expected, I blamed myself. Then I realized we don't control everything. Markets, interest rates, world events: these things affect auctions. Today, I remind myself that I'm just one grain of rice in a bag. I contribute, but I don't control the entire outcome.»

You seem very connected to human emotion. Would you say you're an emotional person?

«Absolutely. And I don't think you can do this job if you're not. Collector watches have nothing to do with reason, they belong to the heart. We work with passionate people, dreamers, people for whom a watch represents a memory, a quest, sometimes an obsession. If you don't have that emotional fibre yourself, you can't understand or transmit that energy. This job demands heart, and emotional endurance.»

With hindsight, what would you say to the younger Aurel you were twenty years ago?

«Take more risks. Act before it's too late. I was too patient, too conservative. And also, stop blaming yourself for everything. There are so many things beyond our control. You can do your best, but the rest is in the hands of forces much greater than you.»

Vous semblez profondément connecté aux émotions humaines. Êtes-vous quelqu'un d'émotif ?

«Absolument. Et je crois qu'il faut l'être pour faire ce métier. Les montres de collection ne relèvent pas de la raison, mais du cœur. On travaille avec des passionnés, des rêveurs, des gens pour qui une montre représente un souvenir, une quête, parfois une obsession. Si vous n'avez pas vous-même une fibre émotionnelle, vous ne pouvez ni comprendre, ni transmettre cette énergie. Ce métier exige du cœur et de l'endurance émotionnelle.»

Avec le recul, que diriez-vous au jeune Aurel que vous étiez il y a vingt ans ?

«D'oser davantage. D'agir avant qu'il ne soit trop tard. J'étais trop patient, trop conservateur. Et puis, de ne pas se blâmer pour tout. Beaucoup de choses échappent à notre contrôle. On peut faire de son mieux, mais le reste dépend de forces bien plus grandes que nous.»

Vous travaillez avec votre épouse. Comment partagez-vous vos rôles ?

«Nous n'avons jamais établi de plan formel. Chacun fait ce qu'il aime et ce qu'il fait le mieux. C'est ainsi que la collaboration fonctionne : par complémentarité et par passion. Quand les gens aiment leur mission, ils sont bien meilleurs.»

Après trente ans de carrière, comment avez-vous changé ?

«Je n'ai plus la même énergie que mes jeunes collègues, capables d'enchaîner Genève, New York et Hong Kong sans dormir. Mais j'ai gagné en sérénité. Aujourd'hui, quand un jeune me dit qu'il a un problème, je vois immédiatement la solution. C'est la valeur de l'expérience : elle remplace la vitesse par la clarté. Je suis devenu plus calme, plus posé, plus lucide.»

Quelles sont les marques les plus présentes dans vos ventes ?

«Les deux reines, ce sont toujours Patek Philippe et Rolex, en volume comme en valeur. Mais depuis dix ans, les indépendants ont conquis leur place, et je crois que Phillips a beaucoup contribué à cela. F.P.Journe, par exemple, fait désormais partie des plus grands, aux côtés d'Audemars Piguet, Cartier, Vacheron Constantin, A. Lange & Söhne ou encore Richard Mille. Ces maisons ont chacune écrit un chapitre de l'histoire des enchères.»

Et les modèles emblématiques ?

«Chez Rolex, la Daytona reste la légende absolue, surtout les Paul Newman des années 1970. Chez Patek Philippe, les complications, notamment les calendriers perpétuels et chronographes, sont l'âme de la maison. Chez F.P.Journe, les premières pièces fabriquées par François-Paul lui-même sont déjà mythiques. Et bien sûr, les Royal Oak d'Audemars Piguet, les merveilles vintage de Vacheron Constantin, ou les Lange 1 d'A. Lange & Söhne complètent ce panthéon.»

Quelles seraient, selon vous, les valeurs du luxe suisse ?

«Le plus grand luxe suisse, c'est le temps. Les horlogers ne sont jamais pressés : ils prennent une année pour finir une montre, et c'est très bien ainsi. Chaque vis est polie à la main, chaque pont anglé, chaque surface satinée. C'est cela, le vrai luxe : la patience. Autre privilège : la liberté. Beaucoup de maisons suisses sont encore familiales, donc indépendantes. Elles peuvent penser à dix ou vingt ans, non au prochain trimestre boursier. C'est rare, et c'est précieux.»

You work with your wife. How do you divide responsibilities?

«We never wrote down an official plan. Each of us naturally does what we love and what we do best. That's how collaboration works, through complementarity and passion. When people love what they do, they do it far better.»

After thirty years in the business, how do you think you've changed?

«I no longer have the energy of my younger colleagues, the ones who can fly from Geneva to New York to Hong Kong without sleeping. But I've gained something else: serenity. Today, when a junior colleague comes to me with a problem, I often see the solution instantly. That's the value of experience, it replaces speed with clarity. I've become calmer, more grounded, more clear-minded.»

Which brands appear most often in your auctions?

«The two queens are still Patek Philippe and Rolex, both in terms of quantity and value. But over the past ten years, independent watchmakers have secured their place - something I believe Phillips has played a major role in. F.P.Journe, for instance, now stands among the greats, alongside Audemars Piguet, Cartier, Vacheron Constantin, A. Lange & Söhne, and Richard Mille. Each of these houses has written a chapter in auction history.»

And what about the most iconic models?

«For Rolex, the Daytona remains the ultimate legend, especially the 1970s Paul Newman models. At Patek Philippe, complications - particularly perpetual calendars and chronographs - are the very soul of the brand. For F.P.Journe, the earliest watches made by François-Paul himself have already become mythical. And of course, the Royal Oak from Audemars Piguet, the vintage marvels from Vacheron Constantin, and the Lange 1 from A. Lange & Söhne all belong to that same pantheon.»

What do you consider to be the core values of Swiss luxury?

«The greatest Swiss luxury is time. Watchmakers are never in a hurry, they'll spend a year finishing a single watch, and that's exactly as it should be. Every screw is hand-polished, every bridge bevelled by hand, every surface satin-finished. That is what true luxury means: patience. Another privilege is freedom. Many Swiss houses are still family-owned, which means independent. They can think in terms of ten or twenty years, not the next quarterly report. That kind of long-term vision is rare and invaluable.»





Investir au fil des générations, une stratégie princière

Dans un monde rythmé par les rapports trimestriels, la perspective d'une seule famille offre une rare constance. Fondée sur la transmission, cette vision est incarnée par la Famille princière du Liechtenstein, propriétaire de la banque LGT.

-/ In a world driven by a cycle of quarterly reports, a family's perspective is a rare constant. Rooted in a long-term vision of stewardship, this philosophy is embodied by the Princely Family of Liechtenstein, owners of LGT Bank.

Les familles ne réfléchissent pas d'abord en termes de rendement, mais en termes de responsabilité, envers la prochaine génération plutôt qu'en vue du prochain bonus. Cette attitude est au cœur de la Stratégie Princière de LGT : une philosophie d'investissement axée sur la stabilité, la substance et la préservation de la valeur à long terme. Elle reflète la vision et les valeurs de la Famille princière du Liechtenstein.

-/ Families prioritize responsibility over returns, focusing on the next generation rather than the next bonus. This attitude is at the heart of LGT's Princely Strategy: a philosophy built on stability, substance, and the preservation of long-term value. The approach is shaped by the foresight and values of the Princely Family of Liechtenstein.

«L'engagement en faveur de l'objectif zéro émission nette d'ici 2050 reflète la pensée d'une génération : le patrimoine doit croître sans mettre en péril les moyens de subsistance des générations futures.»

Au commencement, une vision

L'histoire débute en 1998 : non pas dans une salle de marchés, mais par une décision entrepreneuriale. Suite à la vente d'une entreprise, le patrimoine de la famille princière se trouvait devoir être investi de manière prudente et à long terme. Pour définir cette stratégie, la famille s'est inspirée des grands fonds universitaires américains, tels que ceux de Harvard et de Yale, connus pour leur gestion diversifiée et durable de leur patrimoine. Une part importante du patrimoine fut alors placée dans des actifs alternatifs tels que le private equity et les hedge funds, une nouveauté pour l'Europe à l'époque. Un an plus tard, cette stratégie fut aussi proposée aux clientes et clients, créant ainsi une exceptionnelle convergence d'intérêts entre la Famille et les investisseurs.

La pensée à long terme comme principe

«La philosophie derrière la stratégie reflète la philosophie de notre famille», affirme S.A.S. le Prince Max von und zu Liechtenstein. L'objectif n'est pas la maximisation du gain à court terme, mais la préservation et le développement du patrimoine sur plusieurs générations. La création de valeur durable est recherchée à travers des participations à long terme dans des entreprises gérées de manière responsable.

Un processus clair et flexible

La mise en œuvre est guidée une boussole stratégique : une «carte» à long terme, fondée sur des scénarios prospectifs. S'y ajoutent des ajustements tactiques selon l'évolution des marchés ainsi que le choix ciblé d'investissements par les spécialistes LGT et des gestionnaires externes.

Une continuité dans le changement

Une stratégie qui doit durer des générations doit savoir s'adapter. Lorsque les obligations ont perdu de leur attrait, de nouvelles sources de rendement ont été explorées : la part des placements sur les marchés privés a augmenté. Des thèmes tels que la numérisation et la durabilité façonnent également l'évolution de cette stratégie. L'engagement en faveur de l'objectif «zéro émission nette» d'ici 2050 reflète la pensée d'une génération : le patrimoine doit croître sans mettre en péril les moyens de subsistance des générations futures. La Stratégie Princière incarne une vision entrepreneuriale orientée vers l'avenir et la conviction que les valeurs ne durent que si elles sont créées durablement.

It began with a vision

The story starts in 1998, not on the trading floor, but with an entrepreneurial decision. Following the sale of a business, the family set out to invest its wealth wisely and for the long term. The model was inspired by American university endowments as at Harvard and Yale, known for their broad and enduring investment strategies. Drawing from this example, a significant portion of the assets was allocated to alternative investments such as private equity and hedge funds: an approach that was new to Europe at the time. A year later, the strategy was made available to clients, thus establishing an exceptional alignment of interests between the family and its investors.

Long-term thinking as a principle

“The philosophy behind the strategy reflects our family's philosophy,” says H.S.H Prince Max von und zu Liechtenstein. The focus is not on maximizing short-term profits, but on preserving and growing wealth across generations. Sustainable value is created through long-term holdings in responsibly managed companies.

A clear, flexible process

Implementation follows a strategic compass: a long-term ‘map’ based on future scenarios. This is complemented by tactical adjustments due to changes in the markets and the targeted selection of investments by LGT experts and external managers.

Continuity through change

A strategy intended to last generations has to evolve. When bonds lost their appeal, new sources of returns were explored, and the allocation to private markets increased. Digitalization and sustainability are also shaping future developments. The commitment to net zero by 2050 embodies the generational mindset: wealth should grow without jeopardizing the foundations of life for future generations. The Princely Strategy stands for entrepreneurial thinking with foresight and for the conviction that values endure only when they are created sustainably.



Philanthropie Nouvelle génération

Une nouvelle étude menée par Pictet Wealth Management révèle un changement profond des priorités chez les jeunes détenteurs de patrimoine. Entretien avec Christoph Courth, responsable des services philanthropiques chez Pictet Wealth Management.

-/ A new Pictet Wealth Management study reveals shifting priorities among young wealth holders. Interview of Christoph Courth, Global Head of Philanthropy Services, Pictet Wealth Management

Propos recueillis par John Hartung

«Les jeunes générations sont bien plus conscientes de leur impact, qu'il soit positif ou négatif, et cela influence naturellement les entreprises qu'elles créent, ce qu'elles consomment et la manière dont elles investissent.»

Christoph Courth, quelles conséquences ce changement pourrait-il avoir en matière d'investissement ?

«Les jeunes générations sont bien plus conscientes de leur impact, qu'il soit positif ou négatif, et cela influence naturellement les entreprises qu'elles créent, ce qu'elles consomment et la manière dont elles investissent.»

Quels sont leurs nouveaux modèles ? Quelles références nourrissent leur vision ?

«Lors de nos échanges avec ces jeunes détenteurs de patrimoine, âgés de 18 à 25 ans, Patagonia est revenu à de multiples reprises comme modèle : une entreprise circulaire, régénérative, qui vise un «profit pour la planète et les personnes», au-delà du seul rendement financier. Il reste à voir si ces valeurs perdureront lorsqu'ils contrôleront davantage de richesse, mais les modèles fondés sur la responsabilité et la transparence sont clairement ceux auxquels ils croient.»

La philanthropie est-elle désormais perçue comme une forme d'engagement indirect, alors que les nouvelles générations semblent vouloir agir directement à travers leurs entreprises, leurs investissements et leurs comportements ?

«Pas du tout. En réalité, beaucoup souhaitent s'impliquer encore davantage, de manière concrète, dans leurs actions philanthropiques et d'impact. Ils recherchent des opportunités où ils peuvent non seulement apporter du capital, mais aussi leurs compétences et leurs ressources.»

Comment un gestionnaire de fortune comme Pictet doit-il s'adapter ? Votre département philanthropie va-t-il en partie migrer vers l'investissement à impact, l'ESG ou le Private Equity ?

«Le mot philanthropie véhicule de nombreuses idées préconçues parmi les jeunes générations. C'est un terme avec lequel ils ne s'identifient pas toujours, car ils envisagent leur influence de manière globale pour générer le changement qu'ils souhaitent voir dans le monde. Les conversations que nous avons avec eux ont donc naturellement évolué au fil des ans. L'avantage, chez une organisation comme Pictet, est de pouvoir collaborer étroitement avec nos spécialistes ESG et impact, nos experts en dations, ainsi qu'avec nos services de conseil familial et de planification patrimoniale, afin d'aider nos clients à penser et à agir de manière plus holistique.»

Christoph Courth, what consequences could this shift have in terms of investment?

Younger generations are more conscious of their impact – both negative and positive – and this naturally influences the companies they build, what they buy, and how they invest.»

What are their new models? The references that drive their visions?

In our conversations with this younger generation of wealth holders (aged from 18 to 25), Patagonia repeatedly emerged as a role model: circular, regenerative, and aiming for “profit for planet and people,” not only financial return. Whether these values and ideals hold as they control more wealth remains to be seen, but accountability-driven models are clearly something they believe in.”

Is philanthropy now perceived as an indirect way of getting involved, whereas the new generations want to engage personally through their businesses, investments, and behaviours?

“No not at all. In fact, many want to be even more hands-on with their philanthropic and impact capital seeking opportunities where they can contribute not only capital but also expertise and wider resources.”

How will a wealth manager like Pictet need to adapt? Will your philanthropy department partly migrate toward the impact investing/ESG or Private Equity department?

“The term ‘philanthropy’ carries with it a lot of preconceptions amongst the younger generation, and it is a word that they don’t always identify with given how they are looking at their entire sphere of influence to drive the change they want to see in the world. So naturally the conversations we have with clients have evolved over the years. The beauty of working in this space at Pictet is that we can work in close collaboration with our ESG/impact specialists, our endowment experts, our family advisory and wealth planning services to ensure we help clients to think and act more holistically.”

Que recouvre précisément la notion de « sphère d'influence » évoquée par cette jeune génération d'investisseurs dans l'étude ?

« Elle repose sur quatre leviers : le capital philanthropique (les dons), le capital entrepreneurial (la manière dont ils créent et dirigent leurs entreprises), le capital d'investissement (l'allocation de leurs actifs) et le capital social (leur voix et leur position d'influence). L'idée est d'intégrer ces quatre dimensions dans la façon d'aborder les grands défis mondiaux. »

Quels secteurs recevront selon vous davantage de ressources à l'avenir qu'auparavant ?

« Les statistiques mondiales montrent que l'éducation, la santé, ainsi que les arts et la culture sont historiquement les principaux bénéficiaires du capital philanthropique, tandis que le climat et la nature figurent loin derrière. Chez les jeunes interrogés, c'est tout l'inverse : la lutte contre le changement climatique et la perte de biodiversité arrive en tête, suivie par les inégalités et les conflits. Ces priorités sont d'ailleurs plus globales et systémiques que celles des générations précédentes. »

Le monde des ONG et des fondations est en pleine mutation : pourquoi et comment ?

« On pourrait dire que le secteur traverse une forme de moment existentiel, dont le changement de profil des donateurs n'est qu'un aspect. Les budgets d'aide publique diminuent et se redéploient, ce qui a un impact profond sur les organisations, déjà confrontées à des crises multiples et contraintes d'en faire davantage avec moins. Les ONG d'aujourd'hui sont pour la plupart extrêmement professionnelles, et ces évolutions ne feront qu'accélérer cette tendance. Avec seulement 17 % des Objectifs de Développement Durable atteints à l'approche de 2030, tous les acteurs ONG, investisseurs, entreprises, secteur public repensent leurs modèles et leurs approches. »

What does the notion of a “sphere of influence,” as described in this study by the younger generation of investors, actually mean?

“It's based on four levers: philanthropic capital (donations), business capital (how they build and run companies), investment capital (how assets are allocated), and social capital (their voice and position of influence). The concept is for them to take all four into account when addressing the challenges they see in the world.”

Which sectors are likely to receive more resources in the future compared with the past?

“Global statistics on philanthropy show that education, health and arts and culture tend to be the biggest recipients of philanthropic capital with climate and nature causes being way down the list of priorities. However, among the younger generation we interviewed, the priorities are quite different: climate change and biodiversity loss top the list, followed by inequality and conflict. And interestingly these issues are perhaps more global, more systemic in nature than the themes supported by previous generations.”

The non-profit world is changing significantly: why and how?

“One could say it is a bit of an existential moment for the non-profit world and this change in the donor profile is just one element. Government aid budgets are shrinking and shifting and this is having a profound impact on the sector who with compounding crisis are having to do more with less. NGOs today are, in the main, extremely professional in how they work and these changes in the landscape are undoubtedly going to drive that further. With only 17% of SDGs achieved ahead of the 2030 finish line, all actors (NGOs, investors, business, public sector) are rethinking their models and approaches.”



Pouvez-vous préciser l'univers étudié ? S'agit-il de clients, de prospects, ou d'un panel plus large ?

« Il s'agit d'un échantillon mondial de jeunes fortunés âgés de 18 à 25 ans, incluant des entrepreneurs autodidactes comme des héritiers. »

Quels conseils donneriez-vous à ceux qui souhaitent se lancer dans la philanthropie et l'investissement à impact ?

« Cherchez du conseil et prenez le temps. Échangez avec vos pairs, avec des experts, avec des ONG. C'est un apprentissage continu : on ne réussit pas forcément du premier coup, mais on apprend en agissant. »

Pour ceux qui souhaitent aborder la philanthropie de manière plus stratégique et réfléchie, quelles ressources existent ?

« Des réseaux de pairs tels que Forward Global, Synergos, Women Moving Millions, Giving Women ou Asia Philanthropy Circle ; des programmes académiques comme ceux du Centre for Philanthropy de l'Université de Genève ; et des conseillers indépendants comme Wise, Active Philanthropy ou Greenwood Place. Je recommanderais aussi d'en parler à son gestionnaire de fortune : certains disposent de services de conseil philanthropique internes. »

Face à ces évolutions, quels défis les jeunes philanthropes rencontrent-ils pour faire entendre leur voix au sein des institutions familiales déjà établies ?

« Chaque famille est différente : pour certaines, l'intégration des jeunes générations est un défi, pour d'autres, elle fait naturellement partie du processus de transmission. Mais ce que mon équipe de stratégies en philanthropie et impact observe, c'est une hausse des demandes de fondations familiales souhaitant réaliser un audit stratégique. Elles recherchent un regard extérieur et des pistes pour se professionnaliser davantage, une démarche souvent initiée par les jeunes générations qui commencent à assumer plus de responsabilités au sein de ces structures. »

Can you be more precise about the studied universe: is it clients, prospects, or a wider universe?

“A global mix of wealthy 18-25-year-olds; from self-made entrepreneurs to inheritors.”

For those looking to start in philanthropy and impact, what advice would you give them?

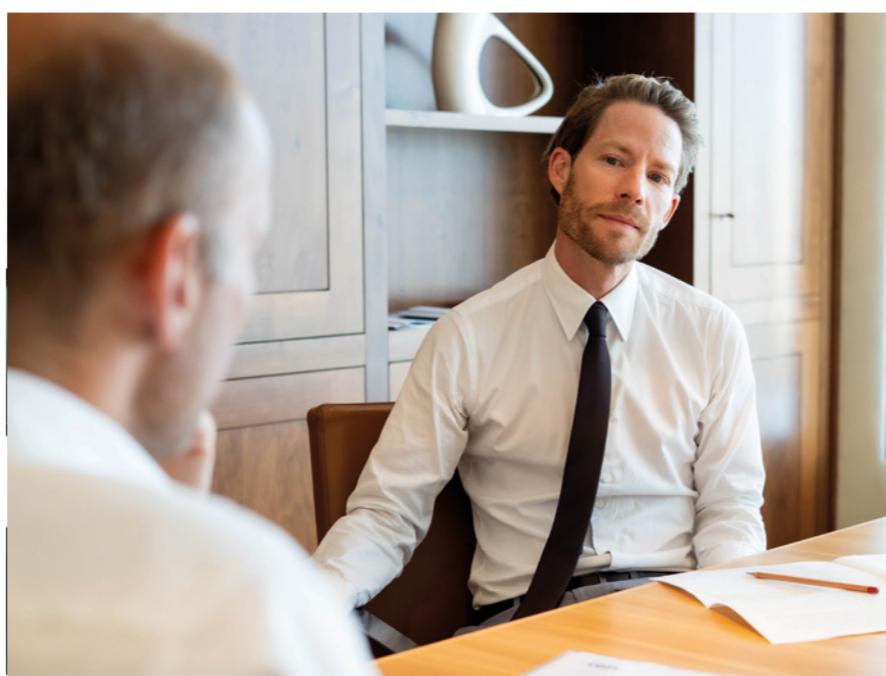
“Seek advice and take your time. Speak with peers, experts, NGOs; it is a continuous learning journey and you may not get it right straight away, but learn by doing.”

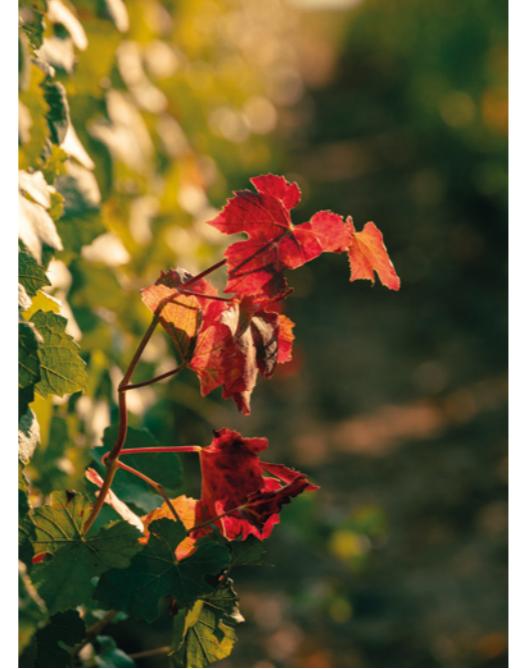
For those wanting to be more thoughtful and strategic with their philanthropy, what resources exist to help them do so?

“Peer networks (Forward Global, Synergos, Women Moving Millions, Giving Women, Asia Philanthropy Circle for example), academic programs (such as those at the Centre for Philanthropy at the University of Geneva) and independent advisors (Wise, Active Philanthropy, Greenwood Place). I would also say speak to your wealth manager as some have in-house philanthropy advisory services.”

Given these changes, what challenges do younger philanthropists face in making their voices heard within established family philanthropic institutions?

“Every family is of course different, for some it is challenging, for others it can be a natural part of the wealth transition conversations. But one thing my team of philanthropy and impact strategists are seeing is an increase in demand from family foundations asking us to carry out a strategic review of their foundation to give them an external perspective and ideas on how they can further professionalise. This is often driven by a younger generation taking on more responsibility within the foundation.”





VEUVE CLICQUOT Bold Future Award Suisse

La romande Margaux Pelletier s'est vue décerner le prix Veuve Clicquot récompensant les jeunes entrepreneuses de Suisse. Son entreprise Enerdrape développe des panneaux géothermiques pouvant être installés dans des infrastructures existantes, une vision qui lui a valu une place dans le classement Forbes «30 under 30» ainsi que dans le Forum des 100.

-/ Romandy native Margaux Pelletier has been awarded the Veuve Clicquot Bold Future Award, which celebrates Switzerland's most promising young female entrepreneurs. Her company, Enerdrape, develops geothermal panels that can be installed in existing infrastructures : an ingenious approach to sustainable energy that earned her a spot in Forbes' prestigious "30 Under 30" ranking, as well as recognition in the Forum des 100.

Propos recueillis par John Hartung

Margaux, vous venez de recevoir le Bold Future Award de la Maison Veuve Clicquot. Pouvez-vous nous présenter votre parcours ?

«J'ai cofondé Enerdrape (enerdrape.com), une start-up issue de l'EPFL, qui développe une technologie de géothermie sans forage. Nous transformons les espaces souterrains – parkings, tunnels – en sources d'énergie renouvelable alimentant en chauffage ou climatisation des bâtiments et des villes.»

Cette récompense a une résonance particulière pour vous, liée à la figure de Gisèle Picot, première femme ingénierie civile en France, la première à avoir reçu le prix Veuve Clicquot.

«J'ai entendu parler du prix Veuve Clicquot il y a une dizaine d'années à travers le parcours de Gisèle Picot. Je suis ingénierie civile de formation et, en entrant dans ce milieu très masculin, j'ai pris conscience que tout le monde n'avait pas eu la chance de grandir comme moi, dans une famille où l'on ne m'a jamais dit «tu ne peux pas faire ça». Cherchant des modèles, je suis tombée sur son histoire. Elle s'est battue pour obtenir son diplôme, a eu une carrière remarquable, et a contribué à faire avancer non seulement la technique mais aussi la cause des femmes dans l'ingénierie. Découvrir son parcours m'avait marquée à l'époque; aujourd'hui, recevoir ce prix crée un écho inattendu et émouvant avec mes années d'études.»

Margaux, you've just received the Veuve Clicquot Bold Future Award. Could you tell us a bit about your background?

«I co-founded Enerdrape (enerdrape.com), a start-up born out of EPFL that's developing a no-drill geothermal technology. We turn underground spaces – parking lots, tunnels – into renewable energy sources that can heat or cool buildings and even entire cities.»

This award has a special meaning for you, connected to Gisèle Picot, the first female civil engineer in France, and the first woman ever to receive the Veuve Clicquot Award.

«Yes, it's a very special nod. I first heard about the Veuve Clicquot Award around ten years ago through Gisèle Picot's story. I'm a civil engineer by training, and when I entered this very male-dominated field, I realized not everyone had grown up like me, in a family where no one ever told me, "You can't do that." I started looking for role models and came across her story, first in an article, then in a documentary. She had to fight to earn her degree, went on to have an extraordinary career, and helped move both engineering and gender equality forward. Her story really struck me back then; and today, receiving this award feels like a touching, unexpected echo of my student years.»

Pensez-vous que le monde manque de repères féminins pour inspirer les plus jeunes ?

«Oui. Personnellement, je n'ai pas grandi avec ces barrières, mais je me suis aperçue plus tard qu'elles existent. Dans mes études, nous étions très peu de femmes. Et quand j'en parlais avec mes petites cousines, certaines me disaient: «C'est trop scientifique, ce n'est pas pour moi.» Aujourd'hui, j'essaie d'être plus visible, notamment en tant que mentor, pour montrer aux jeunes filles comme aux jeunes garçons que les sciences et l'ingénierie sont accessibles.»

Pensez-vous que le fait que vous soyez une femme influence votre manière de manager ?

«Je manque de points de comparaison ; mais les statistiques montrent qu'il existe des biais, c'est un fait. Pendant longtemps, il y a eu moins de femmes dans ces milieux. Forcément, si l'entrée du tunnel est réduite, la sortie l'est aussi. L'enjeu, aujourd'hui, c'est d'augmenter le nombre de femmes qui entrent dans ces filières, et de voir ensuite si l'équilibre se fait naturellement.»

Qu'est-ce qui vous passionne dans votre domaine ?

«Je suis ingénier, et ce qui me motive, c'est de résoudre des problèmes, de contribuer au monde, de laisser une trace. Je n'avais pas prévu de devenir entrepreneure, mais j'ai compris que l'entrepreneuriat permet de créer de l'impact. Ce qui me passionne, c'est que mon travail ait un impact positif sur la société et sur la planète.»

Sans droits civils et dépourvue de droits économiques, comme ses paires au 18e siècle, Barbe-Nicole Clicquot prend les rênes, en 1770, de ce qui deviendra grâce à elle l'une des plus grandes maisons de champagne. Durant des décennies, celle que l'on surnomme aujourd'hui la Grande Dame du Champagne innove: elle introduit le champagne rosé, les premiers assemblages et de nouvelles techniques de vinification. Aujourd'hui, le prix Veuve Clicquot promeut les qualités associées à cette femme comme le courage, l'esprit d'entreprise, l'audace et l'innovation. Remis tous les deux ans dans plusieurs pays, c'est Margaux Pelletier, entrepreneuse romande, qui s'est vue remettre le prix Veuve Clicquot Bold Future Award, récompensant les jeunes entrepreneuses, le 18 septembre 2025, pour la Suisse.



Do you think there's still a lack of female role models to inspire younger generations?

“Yes, absolutely. Personally, I didn't grow up with those limitations, but I later realized they exist. In my studies, there were very few women. And when I talked about it with my younger cousins, some would say, “That's too scientific, it's not for me.” Now I try to be more visible, especially as a mentor, to show young people – girls and boys alike – that science and engineering are open to everyone.”

Do you think being a woman influences your management style?

“It's hard to say, I don't really have a point of comparison. But statistically, we know biases exist, that's just a fact. For a long time, there were fewer women in these fields. Naturally, if the entry of the “tunnel” is narrow, the exit will be too. The real challenge now is to get more women into these programs and see whether balance naturally follows.”

What excites you most about your field?

“I'm an engineer at heart, and what drives me is solving problems: contributing to the world, leaving something meaningful behind. I never planned on becoming an entrepreneur; but I realized entrepreneurship is a powerful way to create impact. What really inspires me is knowing that my work can have a positive effect on society and on the planet.”



In 1770, Barbe-Nicole Clicquot, then a young widow stripped of civil and economic rights like all women of her time, took over her late husband François Clicquot's business; a bold move would transform it into one of the world's greatest Champagne houses. Over the following decades, the woman now known as La Grande Dame du Champagne revolutionized the industry: she pioneered rosé champagne, perfected the art of blending, and introduced groundbreaking winemaking techniques. Today, the Veuve Clicquot Award honours the same qualities embodied by its founder: courage, entrepreneurial spirit, boldness, and innovation. Presented biennially in several countries, the award recognizes women who redefine leadership and drive change. On September 18, 2025, Margaux Pelletier joined this illustrious lineage, receiving the Veuve Clicquot Bold Future Award for Switzerland – a testament to her vision and the elegant strength that fuels it.



LAKE GENEVA
PRESTIGE



LAKE GENEVA
PRESTIGE



Entre lac et montagnes, vos rêves ont une adresse

Lake Geneva Prestige met à votre service 15 ans d'expertises,
une connaissance approfondie du marché et un réseau d'exception

Avec un accompagnement sur-mesure, des lieux rares et une approche discrète,
nous sommes votre partenaire privilégié pour écrire la suite de votre histoire



L'ÉLÉGANCE EN HÉRITAGE, LE LUXE EN SIGNATURE



LES MONTAGNES POUR HORIZON

SURFACE : 320m² • TERRAIN : 1'530m² • 4 CHAMBRES
VUE DÉGAGÉE SUR LE LAC
prix sur demande • réf. V1295GE

Luxe : les matières animales en voie d'extinction ?

Longtemps symbole ultime de prestige, la matière animale vacille sous le poids des nouvelles attentes. Et dans cette mue silencieuse mais radicale, c'est tout un écosystème qui s'adapte, innove et raconte autrement.

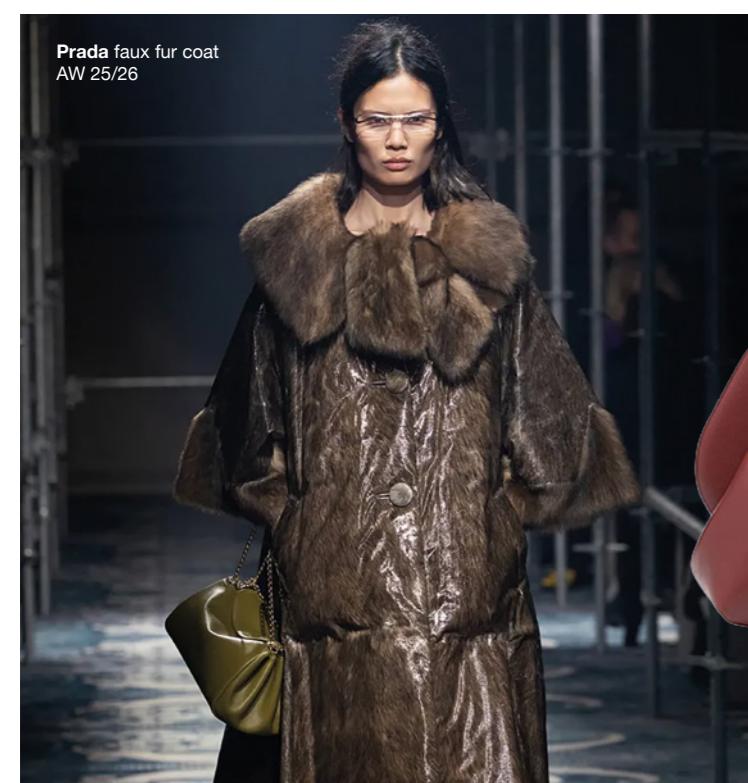
-/ Long the ultimate symbol of prestige, animal materials are faltering under the weight of new expectations. In this silent yet radical metamorphosis, an entire ecosystem is adapting, innovating, and learning to tell a different story.

Sherif Mamdouh

Croco, vison, python... Les matières animales ont longtemps été l'un des piliers du luxe ostentatoire, sculptant les silhouettes et signalant le prestige. Mais depuis quelques années, ces symboles de rareté sont devenus des marqueurs d'un autre temps. Voire de faux pas. Car si les grandes maisons ont tourné la page, ce n'est pas par simple vertu.

«Ce basculement vers le sans fourrure et le sans exotique n'est pas une révélation morale, mais une mutation stratégique», résume Joaquin Cascallar, directeur des investissements chez Targa 5 Advisors. La pression est venue de partout : ONG, réseaux sociaux, mais aussi des marchés financiers. En 2021, Kering annonce une politique sans fourrure pour l'ensemble de ses marques. Chanel, de son côté, avait déjà abandonné les peaux exotiques en 2018, estimant ne plus pouvoir s'en procurer de manière responsable.

Mais plus que des gestes symboliques, ces décisions ont redéfini le cadre du désirable. «Le vrai luxe aujourd'hui, c'est celui qui prouve qu'il n'a plus besoin de choquer pour exister. Les maisons ont donc troqué la posture de domination pour celle de la responsabilité, non par vertu, mais par survie», explique Joaquin Cascallar. L'éthique est donc devenue une ligne de défense aussi cruciale que la marge opérationnelle.



Prada faux fur coat
AW 25/26



Themoirè Bios
Vegan leather clutch

Stella McCartney
Falabella Mini Tote Bag

-/ Crocodile, mink, python... for decades, animal skins were pillars of ostentatious luxury, sculpting silhouettes, signaling status. But in recent years, these symbols of rarity have begun to feel like relics of another era, even missteps. And if the great houses have turned the page, it is not out of pure virtue.

“This shift toward fur-free and exotic-free fashion isn't a moral revelation, but a strategic transformation,” explains Joaquin Cascallar, Investment Director at Targa 5 Advisors. “The pressure came from everywhere: NGOs, social media, and even the financial markets.” In 2021, Kering announced a fur-free policy across all its brands. Chanel had already stopped using exotic skins in 2018, citing the impossibility of sourcing them responsibly.

More than symbolic gestures, these decisions have redefined the very framework of desirability. “True luxury today is the kind that proves it no longer needs to shock to exist,” Cascallar continues. “Houses have traded dominance for responsibility, not out of virtue, but for survival.” Ethics, it seems, have become as critical to a brand's defense as its profit margins.



Gucci Horsebit 1955 Crafted in Demetra



Gucci Rhyton Vegan leather sneakers

Ce changement de cap est aussi une opportunité pour repenser la valeur. «Supprimer la fourrure ou le crocodile n'appauvrit pas le luxe», ajoute-t-il. «Cela l'oblige à retrouver son sens premier : celui de la rareté intellectuelle.» Place, donc, aux cuirs de laboratoire, aux textiles biosourcés, aux fibres issues de champignons ou de kératine. «L'innovation est devenue la nouvelle forme d'artisanat», affirme Diana Verde Nieto, cofondatrice d'Edify Collective. Elle cite notamment l'exemple de Gucci et de sa matière végétale Demetra, d'abord utilisée sur des baskets, puis sur des sacs.

Mais attention à ne pas réduire cette révolution à la seule matière. Ce qui compte, c'est l'histoire qu'elle permet de raconter, le nouveau mythe qu'elle réinvente. Et cette histoire se structure de plus en plus autour de données concrètes.

«Le récit du luxe passe du mythe à la donnée», poursuit Diana Verde Nieto. C'est tout le sens des passeports numériques, qui deviendront obligatoires en Europe courant 2025. Chaque pièce portera sa biographie: origine, impact, entretien. «La valeur se mesure désormais par la provenance et la longévité, plutôt que par la rareté», affirme-t-elle. Et dans un futur proche, ces informations ne serviront pas seulement aux consommateurs. Elles guideront aussi leurs assistants numériques.

«Un agent intelligent saura ce que le client aime, ce qu'il évite, et pourra exclure une marque de sa sélection simplement parce que ses données sont incomplètes», prévient l'experte du luxe responsable.

Face à cette nouvelle donne, l'harmonie entre beauté, transparence et service devient cruciale. L'aura d'un objet ne se lira plus dans sa peau, mais dans son parcours. Le prestige ne tiendra plus à l'exotisme d'une matière, miroir d'un statut supérieur.

«Le luxe de demain ne se mesurera plus en carats, mais en cohérence», résume Joaquin Cascallar. Une cohérence qui, si elle est bien maîtrisée, pourrait rendre le luxe non seulement plus désirable, mais plus durable.

This change in direction is also an opportunity to rethink value itself. “Eliminating fur or crocodile does not impoverish luxury,” he adds. “It forces it to rediscover its original meaning, that of intellectual rarity.” Enter lab-grown leathers, bio-based textiles, and fibers derived from mushrooms or keratin. “Innovation has become the new form of craftsmanship,” says Diana Verde Nieto, co-founder of Edify Collective. She cites Gucci's plant-based material Demetra as a prime example first used for sneakers, then for handbags.

Yet this revolution goes beyond material alone. What truly matters is the story it allows brands to tell, the new myth it reinvents. Increasingly, that story is being built on data.

“The narrative of luxury is shifting from myth to metric,” Verde Nieto explains. This is the very purpose of the digital product passports that will become mandatory across Europe in 2025. Every item will carry its own biography with origin, impact and care. “Value will soon be measured by provenance and longevity rather than rarity,” she says.

And in the near future, that data will matter not only to consumers but also to their digital assistants. “An intelligent agent will know what a client values or avoids and could exclude a brand from its selection simply because its data is incomplete,” warns the responsible luxury expert.

In this new landscape, harmony between beauty, transparency, and service is key. The aura of an object will no longer be read in its skin, but in its story. Prestige will no longer lie in the exoticism of materials, but in their journey, and meaning.

“The luxury of tomorrow won't be measured in carats, but in coherence,” concludes Joaquin Cascallar. A coherence that, if mastered, could make luxury not only more desirable, but more durable.

JEFF KOONS



LOBSTER

NEW ORIGINAL PROCELAIN EDITION
BY BERNARDAUD
SIGNED & NUMBERED

SWITZERLAND
PREMIERE

AT BEL-AIR FINE ART GENEVA
RUE DE LA CORRATERIE, 7, 1204 GENEVA
+41 22 310 16 67 - GENEVA@BELAIRFINEART.COM



ART & CULTURE

MUSÉE D'ART ET D'HISTOIRE - GTG - LE MINIMALISME - ANGELINA BERTRAND - DES DIEUX ET DES BÊTES



"Elle et lui" by Leo McCarey, 1939



Muséothérapie, lorsque le musée soigne

La pratique culturelle a des portées qui vont bien au-delà de la connaissance. Au Musée d'art et d'histoire, on exploite ses vertus thérapeutiques à travers divers formats.

-/ Cultural practice has effects that reach far beyond knowledge alone. At the Museum of Art and History, its therapeutic benefits are explored through a variety of formats.

Victoria Javet

Depuis la parution en 2019 du rapport de l'OMS sur l'impact positif de la pratique culturelle sur la santé, le Musée d'art et d'histoire (MAH) a développé de nombreuses initiatives conjuguant bien-être, santé et découvertes muséales. Invitant les visiteurs de tous horizons, les publics à besoin spécifiques ou les personnes qui souhaitent simplement améliorer leur santé, les offres culturelles proposées prennent diverses formes.

Aujourd'hui, la muséothérapie fait partie intégrante des missions que s'est donné le MAH, en pleine réflexion sur le musée de demain, en parallèle de son agrandissement et son intégration dans la cité : le musée devient ainsi «un espace de soin des corps et des âmes», un lieu d'inclusion capable d'apaiser les souffrances et le mal-être physique et psychique. Pour établir des formats pertinents, le MAH travaille en partenariat avec différentes institutions de santé du canton de Genève.

Depuis la rentrée 2025, un modèle commun, «musée sur ordonnance», permet au corps médical d'envoyer gratuitement sa patientèle dans les musées municipaux pour soutenir leur santé, une pratique déjà bien établie au Québec.



Photos © Musée d'art et d'histoire, Genève



Avec l'Association Ferdinand, le MAH propose des séances d'art thérapie aux personnes atteintes de la maladie d'Alzheimer ou d'autres démences ainsi qu'à leurs soignants et proches aidant. Ces rencontres permettent de resserrer un lien social fragilisé par l'isolement. Depuis 2022, le musée collabore également avec Curabilis pour des visites mensuelles. Plus récemment, en 2024, le Musée d'art et d'histoire a accueilli les adolescents et leurs accompagnants reliés au programme d'intégration communautaire de l'Unité de psychiatrie du jeune adulte (UPJA) des HUG.

Le MAH collabore également avec la réadaptation cardio-pulmonaire des HUG depuis 2022, sur une initiative du Dr Frédéric Sittarame. Les visites, centrées sur la médiation sensible, sont désormais co-construites entre les médiateurs et l'équipe soignante, avec des rencontres mensuelles au MAH, au MEG ou à l'Ariana, où l'on observe, chante, danse et échange.

À l'automne 2025, grâce au soutien du DCTN, des art-thérapeutes interviennent dans les musées pour de nouveaux projets de muséothérapie. Au MAH, des ateliers conçus avec Claire Rufenacht visent les personnes ayant des troubles du mouvement (Parkinson, post-AVC, etc.) et leurs proches. Toutes les deux semaines, des sessions associent tango argentin et observation d'œuvres autour du regard, des émotions ou de la posture.

En 2022-2023, la Haute école de santé a mené une étude à l'Ariana puis au MAH sur l'impact des visites de musée sur la santé des seniors. Les résultats montrent une amélioration du bien-être général. Trois parcours santé (architecture, mouvement, cinq sens), accessibles via une web app, ont été créés; leurs contenus seront intégrés dans le système d'audioguides du MAH.

Enfin, le MAH propose aussi des activités de bien-être non thérapeutiques : séances de méditation guidée par les œuvres et de pilates pour adultes, ainsi que des visites intégrant du yoga pour les familles et enfants pendant les vacances scolaires.

Musée d'art et d'histoire
Rue Charles-Galland 2, 1206 Genève
+41 22 418 26 00
mahmah.ch

In collaboration with l'Association Ferdinand, the MAH offers art therapy sessions for people living with Alzheimer's disease or other forms of dementia, as well as for their caregivers and relatives. These sessions help rebuild social ties weakened by isolation. Since 2022, the museum has also collaborated with Curabilis for monthly visits. More recently, in 2024, the Museum of Art and History welcomed adolescents and their support teams participating in the programme d'intégration communautaire of the Unité de psychiatrie du jeune adulte (UPJA) of the Hôpitaux universitaires de Genève (HUG).

The MAH has also been working since 2022 with the cardiopulmonary rehabilitation of the HUG, on an initiative led by Dr Frédéric Sittarame. The visits, centered on sensory-based mediation, are now co-designed by the mediators and the healthcare team. During this monthly meetings held at the MAH, the MEG or the Ariana, participants observe sing, dance and exchange ideas.

In autumn 2025, with the support of the DCTN, art therapists will begin working in the museums on new muséotherapy projects. At the MAH, workshops developed with Claire Rufenacht are intended for people with movement disorders such as Parkinson's disease or post-stroke conditions, as well as for their relatives. Every two weeks, sessions combine Argentine tango with the observation of artworks relating to gaze, emotions or posture.

In 2022 and 2023, the Haute école de santé Genève carried out a study, first at the Ariana and then at the MAH, on the impact of museum visits on seniors' health. The results show an improvement in overall well-being. Three health-focused itineraries, on architecture, movement and the five senses, have been created and are accessible through a web app. Their content will be integrated into the MAH's audioguide system.

Finally, the MAH also offers non-therapeutic well-being activities, including guided meditation sessions inspired by artworks, Pilates classes for adults, and family visits incorporating yoga during school holidays.



Un Américain à Paris au GTG

Pour les fêtes de fin d'année, le Grand Théâtre prend des airs de Broadway avec la comédie musicale *Un Américain à Paris*.

-/ This holiday season, the Grand Théâtre brings a touch of Broadway to Geneva with "An American in Paris".

Victoria Javet

Absente de la programmation depuis plusieurs années, la comédie musicale fait son grand retour au Grand Théâtre de Genève à l'approche des Fêtes. Du 13 au 31 décembre, l'institution illumine en effet la cité de Calvin avec *Un Américain à Paris*. Sur un livret de Craig Lucas, l'œuvre de George et Ira Gershwin est mise en scène par Christopher Wheeldon, brillant chorégraphe qui s'inscrit dans la digne lignée des grands de Broadway et du West End.

Première suisse, *Un Américain à Paris* est un véritable hymne à la joie et à l'amour; dans le Paris bohème de l'après-guerre. Une « Pure Joy ! » et « A Triumph ! » selon la critique du New York Times, cette création inspirée du film emblématique de 1951 avec Gene Kelly, est restée à l'affiche à Londres durant une année entière, et compta près de 600 représentations à Broadway, sans oublier de nombreuses tournées aux États-Unis, en Asie et en Europe.

Musique, comédie, chant, danse, la troupe internationale et l'Orchestre de la Suisse Romande déployeront tous leurs talents sous la baguette du charismatique chef britannique Wayne Marshall. Dans les rôles principaux de Jerry Mulligan et Lise Dassin, on retrouvera Robbie Fairchild, ancien danseur principal au New York City Ballet, ainsi qu'Anna Rose O'Sullivan, danseuse étoile au Royal Ballet.

-/ After several years away from the stage, the musical makes a dazzling comeback to the Grand Théâtre de Genève just in time for the festive season. From December 13 to 31, the theatre will light up the city with "An American in Paris". Featuring a book by Craig Lucas and the timeless music of George and Ira Gershwin, the production is directed and choreographed by Christopher Wheeldon, a brilliant talent who follows in the footsteps of Broadway and West End greats.

Making its Swiss premiere, "An American in Paris" is a joyful celebration of love and art, set against the backdrop of postwar bohemian Paris. Hailed by The New York Times as "Pure Joy!" and "A Triumph!", this stage adaptation of the iconic 1951 Gene Kelly film enjoyed a year-long run in London, nearly 600 performances on Broadway, and extensive tours across the United States, Asia, and Europe.

Blending music, comedy, song, and dance, the international cast will perform alongside the Orchestre de la Suisse Romande under the baton of the charismatic British conductor Wayne Marshall. In the lead roles of Jerry Mulligan and Lise Dassin are Robbie Fairchild, former principal dancer of the New York City Ballet, and Anna Rose O'Sullivan, principal dancer with The Royal Ballet.

B
d
P



26 MARS 2026
HÔTEL PRÉSIDENT,
GENÈVE

BAL du PRINTEMPS

L'INTÉGRALITÉ DES FONDS
RÉCOLTÉS LORS DE LA SOIRÉE
SERVIRA À APPORTER
DE MEILLEURES CONDITIONS
DE VIE AUX PERSONNES
PARAPLÉGIQUES
ET TÉTRAPLÉGIQUES.

RENSEIGNEMENTS & INSCRIPTIONS :
COMEET - JOËLLE BELINA INFO@COMEET.CH



I
R
P
Fondation internationale
pour la recherche en paraplégie

WWW.IRP.CH
@IRP_FONDATION



Angelina Bertrand *L'art de la présence*

Avec «Éternelle», la photographe Angelina Bertrand explore la beauté de ce qui demeure. Son œuvre interroge la constance de l'être, une lumière intérieure qui demeure, que l'artiste capte.

In "Éternelle," photographer Angelina Bertrand explores the beauty of what endures. Her work questions the constancy of the self, an abiding inner light that the artist strives to capture.

John Hartung

«L'éternité n'est pas une mesure. C'est une résonance qui nous accompagne, une présence qui perdure au-delà des circonstances». Angelina Bertrand résume ainsi le sens de son travail : une recherche de ce qui persiste lorsque l'apparence s'efface. Avec «Éternelle», sa nouvelle exposition, l'artiste offre une expérience : celle d'une rencontre avec la présence humaine dans sa forme la plus simple, et peut-être la plus vraie. Ses portraits sont sobres, précis ; ils respirent la sincérité. «Peu importe où je photographie quelqu'un, son essence demeure», confie-t-elle. Cette fidélité à l'essentiel fait la singularité d'Angelina Bertrand. Elle ne photographie pas pour capter une image, mais pour révéler un état d'être. On pourrait dire qu'elle s'efface pour laisser à chacun la liberté d'exister pleinement, le temps d'un regard.



Pour le galeriste genevois Fahid Taghavi (Galerie Fahid Taghavi), qui présente Éternelle, le charme de son œuvre tient justement à cet équilibre: «Le travail d'Angelina est captivant entre autres parce qu'il se situe à cheval entre une direction purement artistique et une autre plus directe, qui se concentre sur l'objet». Ce double langage entre art et image de mode donne à son travail une élégance particulière, à la fois incarnée et légère, sérieuse et joyeuse. Fahid Taghavi ajoute: «je suis séduit par son humour. Elle a l'art de lier fraîcheur et sensualité tout en restant ludique. Lorsqu'on visite ses expositions, le public profite pleinement de l'instant; il est tout sourire», c'est en partie pour cela que j'ai souhaité l'exposer.

Travaillant entre Genève, l'Europe et l'Amérique du Sud, la quête de vérité visuelle de la photographe traverse son œuvre et les continents. Ses portraits incarnent une photographie à la fois intime et universelle. Avec Éternelle, elle signe une exposition qui ne capture pas le moment, mais bien l'âme qui le traverse.

L'exposition est à voir à l'hôtel de la Paix Ritz Carlton à Genève, d'octobre 2025 à juin 2026.



Découvrir le catalogue
d'Angelina Bertrand

For Geneva gallerist Fahid Taghavi (Galerie Fahid Taghavi), who is presenting "Éternelle," the charm of her work lies precisely in this balance: "Angelina's work is captivating, among other reasons, because it straddles a purely artistic direction and another, more direct approach that focuses on the subject." This dual language between fine art and fashion imagery lends her work a distinctive elegance, which is at once embodied and light, serious and joyful. Fahid Taghavi adds: "I am drawn to her humor. She has the knack for seamlessly linking freshness and sensual energy while remaining playful. When people visit her exhibitions, they fully enjoy the moment; they are all smiles. That's partly why I wanted to exhibit her."

Working between Geneva, Europe, and South America, the photographer's quest for visual truth spans her work and crosses continents. Her portraits embody a form of photography that is both intimate and universal. With "Éternelle," she delivers an exhibition that captures not the moment itself, but rather the soul that moves through it.

The exhibition will be on view at the Hôtel de la Paix Ritz Carlton in Geneva, from October 2025 to June 2026.

Les Monstrueuses de Kévin Germanier

Au mudac, le couturier Kévin Germanier, premier créateur helvétique à présenter sa marque en Haute Couture en 2025, dévoile *Les Monstrueuses*, une immersion spectaculaire dans un luxe durable et audacieux.

-/ At mudac, Swiss designer Kévin Germanier, the first swiss designer to enter Haute Couture in 2025, unveils "Les Monstrueuses", a spectacular immersion into bold, sustainable luxury.

Julie Bellotto

Dans un parcours immersif de 300 m², le mudac dévoile l'approche très personnelle avec des silhouettes scintillantes, textures hybrides, volumes sculpturaux. Loin d'un bilan de carrière, l'exposition expose ses préoccupations actuelles, façonnées par les enjeux environnementaux et l'envie de réinventer le vêtement.

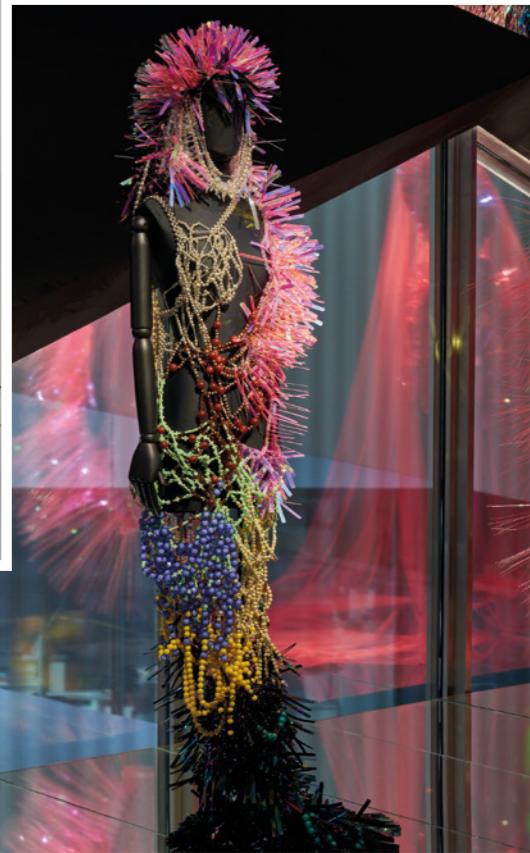
Formé au Central Saint Martins de Londres, le designer fait partie de cette nouvelle génération qui bouscule les codes du luxe. Ses pièces, adoptées par des icônes telles que Lady Gaga ou Beyoncé, allient éclats de couleurs, énergie futuriste et matériaux revalorisés. À partir de perles oubliées ou de textiles dormants, il imagine une mode où sophistication et durabilité se renforcent mutuellement.

Originaire du Valais, le créateur puise dans ses racines un lien intime avec les savoir-faire traditionnels. Des tricoteuses locales réalisent certaines parties de ses pièces. Ce dialogue entre artisanat régional et vision contemporaine ancre son travail dans un patrimoine suisse tout en l'ouvrant à un imaginaire résolument moderne.

-/ In a 300 m² immersive journey, the museum reveals the designer's very personal approach, with shimmering silhouettes, hybrid textures, and sculptural volumes. Far from a retrospective, the exhibition highlights his current concerns, shaped by environmental challenges and a desire to reinvent fashion.

Trained at London's Central Saint Martins, the designer belongs to a new generation that challenges the codes of luxury. His pieces, embraced by icons such as Lady Gaga and Beyoncé, combine bursts of color, futuristic energy, and upcycled materials. Using forgotten beads and dormant textiles, he envisions fashion where sophistication and sustainability go hand in hand.

Hailing from Valais, the designer draws on his roots to forge a deep connection with traditional craftsmanship. Local knitters contribute to some of his creations. This dialogue between regional artisanry and contemporary vision anchors his work in Swiss heritage while opening it to a decidedly modern imagination.



Depuis la fondation de sa maison en 2018, il a choisi un modèle atypique pour le secteur : distribution digitale, communication façonnée par les réseaux sociaux, proximité assumée avec sa communauté. Un équilibre subtil se construit ainsi entre pièces ultra-exclusives, éditées en très petites séries, et collections plus accessibles, pensées pour accueillir un public élargi. Sa visibilité s'étend désormais aux grands événements culturels internationaux, des Jeux Olympiques de Paris à l'Eurovision.

Le parcours du mudac met également en lumière la dimension sociale qui traverse sa démarche. Certaines créations naissent au sein d'initiatives de réinsertion textile, rappelant que la mode peut devenir un outil d'inclusion. L'atelier reconstruit dans l'exposition se présente comme un espace de recherche en perpétuelle évolution : c'est là qu'ont émergé *Les Monstrueuses*, silhouettes hybrides qui prolongent son exploration des formes et matières.

Au centre de l'espace, une chimère textile monumentale réunit perles excédentaires, paillettes délaissées, fibres recyclées et fragments collectés. Cette sculpture tactile condense l'ADN de la maison et révèle la richesse des ressources transformées, ainsi que leur potentiel poétique.

Le parcours se conclut par plusieurs collaborations emblématiques. Avec Caran d'Ache, stylos et crayons usagés deviennent perles multicolores pour une robe Haute Couture spectaculaire. Avec la Cinémathèque suisse, une saison dédiée à la mode et au textile voit le jour. Et pour la 60e édition du Montreux Jazz Festival, l'artiste signe une affiche composée de 60 000 perles et matériaux upcyclés, une première pour le festival.

Les Monstrueuses affirme ainsi un luxe visionnaire : responsable, lumineux et profondément humain. Une invitation à imaginer une mode qui inspire autant qu'elle transforme.

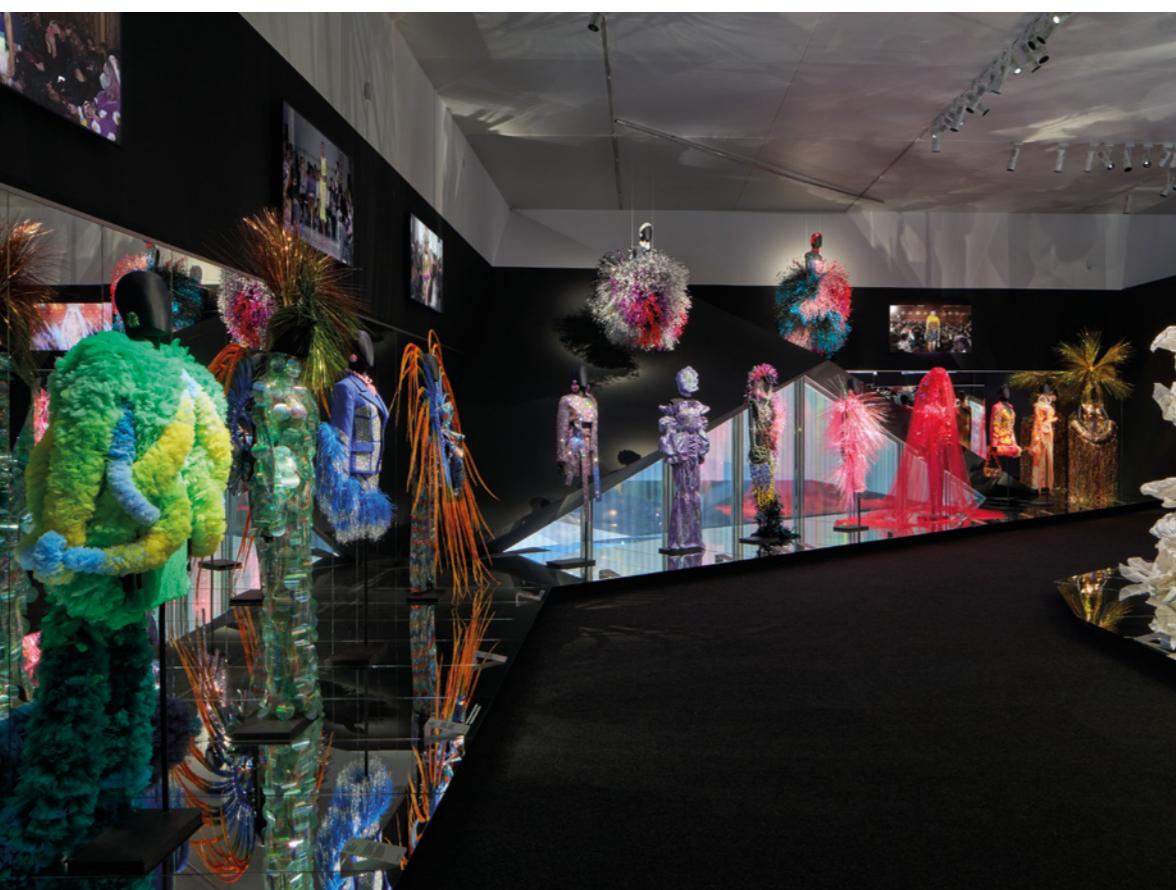
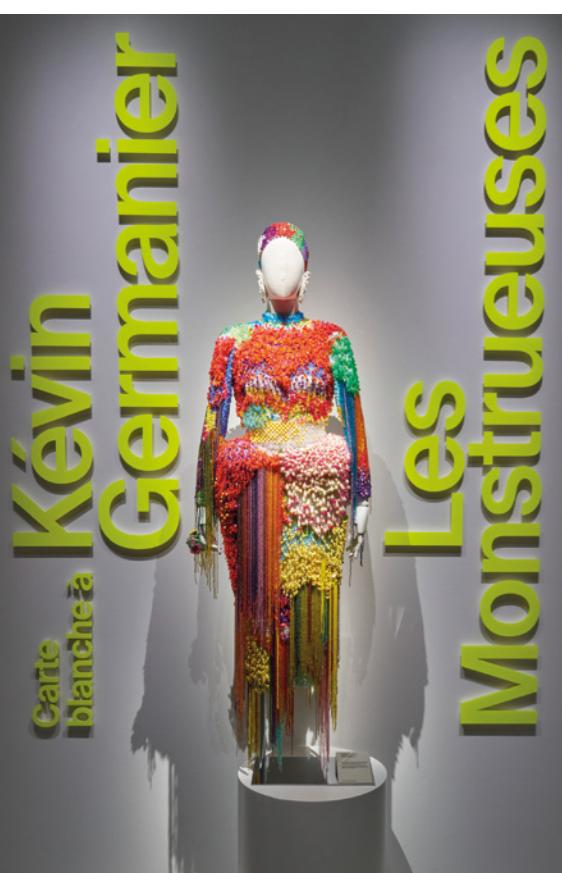
Since founding his house in 2018, he has adopted an atypical model for the industry: digital distribution, social-media-driven communication, and a close connection with his audience. A subtle balance emerges between ultra-exclusive pieces, produced in very limited editions, and more accessible collections designed to welcome a broader public. His visibility now extends to major international cultural events, from the Paris Olympics to Eurovision.

The mudac journey also highlights the social dimension of his practice. Some creations arise from textile reintegration initiatives, demonstrating fashion's potential as a tool for inclusion. The reconstructed workshop in the exhibition appears as a constantly evolving space of experimentation, here, *Les Monstrueuses* emerged, hybrid silhouettes extending his exploration of forms and materials.

At the center, a monumental textile chimera brings together surplus beads, discarded sequins, recycled fibers, and collected fragments. This tactile sculpture condenses the house's DNA and reveals the richness of transformed materials, as well as their poetic potential.

The exhibition concludes with several emblematic collaborations. With Caran d'Ache, used pens and pencils are transformed into multicolored beads for a spectacular Haute Couture gown. With the Swiss Cinematheque, a season dedicated to fashion and textiles takes shape. And for the 60th edition of the Montreux Jazz Festival, the artist created a poster composed of 60,000 beads and upcycled materials, a first for the festival.

Les Monstrueuses thus embodies a visionary kind of luxury: responsible, luminous, and deeply human. An invitation to imagine a fashion that inspires as much as it transforms.



Lygia Pape *Tisser l'espace*

Le Minimalisme ou l'art de faire parler la matière

À Paris, la Bourse du commerce accueille jusqu'au 19 janvier 2026 une exposition sur le Minimalisme, avec des œuvres triées sur le volet.

-/ In Paris, the Bourse de Commerce is hosting an exhibition on Minimalism until January 19 2026, featuring a carefully curated selection of works.

Katia Baltera

Réunissant un ensemble exceptionnel d'œuvres appartenant à la collection Pinault et à d'autres collections prestigieuses, ce sont cinquante-deux artistes venant d'Asie, d'Europe et des Amériques qui ont contribué au mouvement minimaliste, qui, dans les années 60-70, redéfinit l'œuvre en réaction aux évolutions politiques, sociales et technologiques. Ces artistes rejettent l'illusion et l'expression personnelle préférant un lien direct avec l'environnement, les formes épurées et les matériaux du quotidien. Les œuvres s'intègrent à l'environnement du spectateur affirmant un lien direct avec lui. Tous les grands noms sont là : de Maria, Judd, Lewitt, Marden, Ryman, Serra, Palermo pour n'en citer que quelques-uns.

Décomposée en sept sections, l'expo nous fait passer de salle en salle avec un sentiment agréable de cohérence. Un accrochage pensé avec finesse où pour chaque œuvre, des petits cartons explicatifs sans prose inutile, permettent d'appréhender des œuvres parfois déconcertantes.

Bringing together an exceptional selection of works from the Pinault collection alongside other prestigious collections, the exhibition features fifty-two artists from Asia, Europe, and the Americas who contributed to the Minimalist movement. In the 1960s and 70s, these artists redefined the concept of art in response to political, social, and technological changes. They rejected illusion and personal expression, favoring a direct engagement with the environment, pared-down forms, and everyday materials. Their works interact with the viewer's space, creating a tangible connection. All the major names are represented: Maria, Judd, LeWitt, Marden, Ryman, Serra, Palermo, to name just a few.

Divided into seven sections, the exhibition guides visitors from room to room with a pleasing sense of coherence. The installation is thoughtfully arranged, with concise explanatory labels for each work, allowing visitors to grasp even the most challenging pieces without unnecessary prose.

Chaque section répond à un concept : espace, lumière, grille, matérialisme, monochrome, équilibre, surface. Lygia Pape (Brésil) tisse l'espace de fils d'or créant un espace immersif et changeant. Meg Webster (Etats-Unis) occupe la rotonde avec des sculptures géométriques composée de matériaux organiques. Avec ses tubes de néon colorés Dan Flavin (Etats-Unis) fait passer la lumière d'un élément fonctionnel à un médium sculptural et expérimental. Le mouvement japonais Mono-Ha (l'Ecole des choses) agence des matériaux naturels et industriels afin de mettre en évidence leur propriétés physiques, quant à On Kawara (Japon), il archive son quotidien en écrivant la date du jour sur une toile, ajoutant dans une boîte quelques coupures de journaux cette même journée. Bien que d'horizons géographiques très différents, les artistes ont des préoccupations artistiques convergentes, ce qui confirme combien l'art est souvent un révélateur de l'esprit du temps.

Par sa dimension internationale, la qualité des œuvres, ainsi que sa curation pertinente, le parcours de cette exposition est une véritable leçon d'histoire de l'art sans en avoir le côté didactique ennuyeux. Pour toutes ces raisons, il y a fort à parier que cette exposition fera date.

On Kawara. Date painting



Bourse de Commerce - Pinault Collection
2 Rue de Viames, 75001 Paris
pinaultcollection.com



Meg Webster Cône de sel, enceinte de branchages odorant, mur incurvé en cire d'abeille, monticule d'argile ocre et demi sphère en terre rouge

Each section revolves around a concept: space, light, grid, materiality, monochrome, balance, and surface. Lygia Pape (Brazil) weaves space with golden threads, creating an immersive, shifting environment. Meg Webster (United States) fills the rotunda with geometric sculptures made of organic materials. Dan Flavin (United States) transforms colored neon tubes from functional objects into sculptural, experimental mediums. The Japanese Mono-Ha movement ("School of Things") arranges natural and industrial materials to highlight their physical properties. Meanwhile, On Kawara (Japan) documents his daily life by writing the date on a canvas and placing clippings from that same day into a box. Despite their diverse geographic origins, the artists share converging artistic concerns, underscoring how art often reflects the spirit of its time.

Thanks to its international scope, the quality of the works, and its insightful curation, this exhibition offers a masterclass in art history without the tedium of a didactic approach. For all these reasons, it seems likely that this exhibition will be remembered as a landmark event.

Des dieux et des bêtes !

François Boucher L'enlèvement d'Europe



Le Sueur L'enlèvement de Ganymède



Dans les arts décoratifs, les animaux tels que panthères, paons, colibris et autres splendeurs du règne animal sont presque toujours représentés pour leur beauté et souvent stylisés pour en accentuer les lignes.

-/ In decorative arts, animals such as panthers, peacocks, hummingbirds, and other wonders of the animal kingdom are almost always depicted for their beauty and are often stylized to accentuate their lines.

Katia Baltera

Depuis la nuit des temps, les animaux sont présents dans la peinture : de la grotte de Lascaux aux œuvres contemporaines de Jeff Koons ou de Damien Hirst en passant par les œuvres surréalistes de Dalí et ses éléphants aux jambes fines et longues. Leur présence agrémenté une peinture de genre, de chasse, une nature morte, mais ils sont surtout une fonction symbolique qui change en fonction des époques.

Au Moyen Âge, les animaux étaient souvent des créatures un peu monstrueuses. On les trouvait dans les églises, sur les chapiteaux des colonnes, mais peu dans la peinture. C'est vers la fin du 15^e siècle, avec la Renaissance, que leur représentation sera de plus en plus fréquente et naturaliste. Puis ils occuperont le devant de la scène dans la peinture et la sculpture baroque et classique. Avec la Renaissance, les textes de l'Antiquité tels que *les Métamorphoses* d'Ovide sont réhabilités. C'est l'âge d'or des scènes mythologiques. Les artistes européens de l'époque adorent ces histoires à mi-chemin entre la fable et la farce divine où les dieux prennent la forme d'un animal pour commettre leur forfait. La faiblesse, la rouerie, le goût immodéré du pouvoir et la sensualité débridée des dieux grecs leur permettent de peindre des débauches de nudité pour le moins suggestives et donner libre cours à une iconographie qui en dit long sur les mœurs de l'époque.

-/ Since the dawn of time, animals have appeared in painting. From the Lascaux caves to the contemporary works of Jeff Koons or Damien Hirst, passing through the surreal creations of Dalí and his elephants with impossibly long, spindly legs, animals have been a constant presence. They enhance genre paintings, hunting scenes, or still lifes, but above all, they carry symbolic weight that shifts with the eras.

In the Middle Ages, animals were often portrayed as somewhat monstrous creatures. They appeared in churches, on column capitals, but rarely in paintings. It wasn't until the late 15th century, with the Renaissance, that their depiction became more frequent and naturalistic. They would later take center stage in Baroque and Classical painting and sculpture. With the Renaissance came a revival of texts from Antiquity, such as Ovid's *Metamorphoses*, marking a golden age for mythological scenes. European artists of the time were captivated by tales that straddled fable and divine farce, where gods would take animal forms to commit their misdeeds. The weaknesses, cunning, insatiable thirst for power, and unbridled sensuality of the Greek gods allowed artists to paint remarkably suggestive scenes of debauchery, giving free rein to an iconography that spoke volumes about the morals of the age.



François Boucher Leda et le cygne

À l'image des humains, les dieux ne pensent qu'à forniquer, trompent leur époux-se, marchent à voile et à vapeur, peu importe le sexe pourvu qu'ils aient l'ivresse. Champion toute catégorie de la métamorphose, Zeus le dieu-roi de l'Olympe prend la forme d'un aigle pour saisir de ses griffes puissantes le jeune et séduisant Ganymède qu'il emmène dans les cieux pour en faire son amant. Pour séduire Leda, fille du roi de Sparte, c'est d'un cygne majestueux qu'il prend la forme. Son plumage blanc et soyeux enveloppe Leda, le bec penché sur son visage. La position du cygne ne saurait être plus explicite. Lorsqu'il décide d'enlever la sage Europa, il trouve plus judicieux de se travestir en taureau qu'elle chevauchera avec toute la naïveté d'une jeune fille. Les représentations de ces récits mythologiques ne laissent aucun doute sur le dessein de Zeus.

Ainsi l'animal permet au peintre un propos métaphorique, soit selon le souhait du commanditaire, soit plus littéralement, parce que la fable lui permet de déployer son style dans une composition foisonnante et alambiquée très en vogue à cette époque.

La Révolution française met fin à cette iconographie et lui préfère des sujets plus moraux. C'est le début du néoclassicisme en peinture où les animaux se feront plus rares et n'auront qu'une place secondaire.

Like humans, the gods thought only of sex, deceived their spouses, and pursued pleasure regardless of gender. Masters of metamorphosis, the king of the gods, Zeus, would take the form of an eagle to seize the young, handsome Ganymede with his powerful talons, carrying him to the heavens to make him his lover. To seduce Leda, daughter of the King of Sparta, he assumed the form of a majestic swan, its white, silky feathers enveloping her, its beak bent toward her face in an unmistakably suggestive pose. When he decided to abduct the wise Europa, he deemed it more fitting to disguise himself as a bull, which she would mount with the naïveté of youth. Representations of these mythological tales leave no doubt about Zeus's intentions.

In this way, animals allowed painters to convey metaphorical meaning, either according to the patron's wishes or more literally, as the fable enabled them to display their style within intricate, lavish compositions that were highly fashionable at the time.

The French Revolution brought an end to this iconography, favoring more moral subjects. This marked the beginning of Neoclassicism in painting, where animals became rarer and took on a secondary role.

L'expérience immersive signée *Contrechamps*

Contrechamps dévoile une nouvelle édition de sa Nuit Kino-Sonique, un mini-festival où musique et image se répondent dans une atmosphère libre et accessible.

-/ Contrechamps unveils a new edition of its Kino-Sonic Night, a mini-festival where music and visuals converse in an open and welcoming atmosphere.

Julie Bellotto

La Nuit Kino-Sonique s'inscrit dans la volonté de Contrechamps de proposer des formats qui dépassent le concert traditionnel. L'ensemble poursuit son exploration d'expériences immersives, pensées pour encourager la circulation du public, la rencontre et la découverte. Pendant quatre heures, plusieurs scènes, une scénographie soignée et une proposition culinaire imaginative transforment le lieu en espace vivant où chacun est libre de ses mouvements.

L'image et la vidéo sont au cœur de cette édition, où le son devient visible et l'image est à écouter. Contrechamps propose des œuvres aux esthétiques variées, certaines proches de l'installation, d'autres jouant avec des technologies comme la reconnaissance faciale ou le glitch. Daniel Zea interroge le rapport entre expression humaine et algorithme dans sa performance, tandis que Nicole Lizée fait revivre les machines du passé en transformant le glitch en matière poétique.

Co-construite avec l'équipe de la cave12, la soirée accueille également trois artistes issus de leur scène tels que la turntablist Mariam Rezeai et le groupe Cellule d'Intervention Metamkine. Le FMAC, de son côté, installe deux œuvres audiovisuelles présentées tout au long de l'événement. Ensemble, ces collaborations renforcent l'esprit rassembleur de la Nuit Kino-Sonique, pensée comme une traversée libre, sensorielle et résolument contemporaine.



COTE TRAVEL GUIDE: MONTAGNES ET PALACES D'HIVER – PONANT – OFFAXIS – EXPLORA

ESCAPE



Ornella Vanoni, 1968 © Mondadori Portfolio via Getty Images

COTE TRAVEL GUIDE

Montagnes & Palaces d'hiver

Des cimes suisses aux Dolomites italiennes, des Rocheuses aux neiges du Japon, COTE célèbre les plus beaux palaces de montagne. Héritage, élégance et panoramas infinis s'y conjuguent pour réinventer l'hiver en art de vivre.

-/ From the Swiss Alps to Italy's Dolomites, from the Rockies to Japan's snowy peaks, COTE celebrates the world's most beautiful mountain palaces. Heritage, elegance, and breathtaking views unite to turn winter into an art of living.

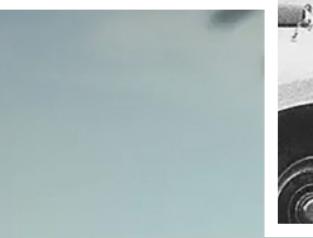
Agathe Forichon

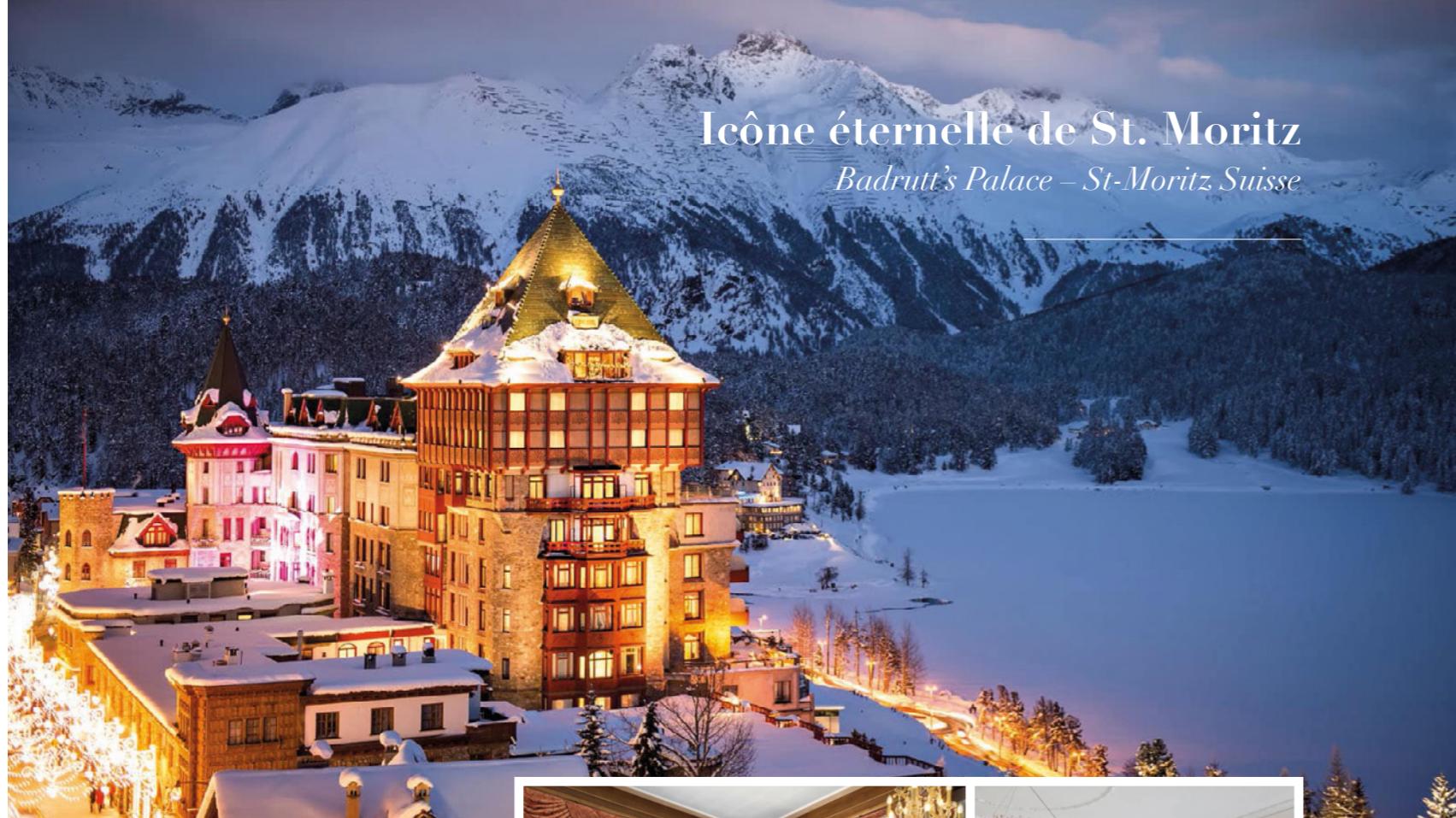
Légende alpine à Gstaad

Gstaad Palace – Gstaad, Suisse

Depuis plus d'un siècle, le Gstaad Palace représente le charme alpin et l'élégance helvétique. Refuge des têtes couronnées et des icônes du cinéma, d'Elizabeth Taylor à Roger Moore, il domine la vallée du Saanenland tel un château de neige. Dans ce lieu mythique, l'art de vivre se réinvente avec l'ouverture du restaurant Le Grand, revisitant les traditions de 1913 à travers un service à l'ancienne et une carte de plus de 75 plats signés par la brigade du chef Franz W. Faeh. Entre suites panoramiques, spa somptueux et soirées au légendaire GreenGo Club, le Palace perpétue un luxe rare : celui de la chaleur et du style.

-/ For over a century, the Gstaad Palace has embodied alpine charm and Swiss elegance. A haven for royalty and film legends, from Elizabeth Taylor to Roger Moore, it stands above the Saanenland valley like a snow-crowned castle. This winter, the newly unveiled Le Grand restaurant brings back the spirit of 1913 with refined table service and over 75 dishes crafted by Culinary Director Franz W. Faeh's team. Between panoramic suites, a sumptuous spa, and nights at the iconic GreenGo Club, the Palace continues to define a rare kind of luxury, one of warmth, heritage, and unmistakable style.





Îcône éternelle de St. Moritz

Badrutt's Palace – St-Moritz Suisse



Mythique adresse des hivers mondains depuis 1896, le Badrutt's Palace incarne la quintessence du luxe alpin. Sous ses tours enneigées, Marlene Dietrich, Audrey Hepburn, Alfred Hitchcock ou encore Kate Moss ont célébré l'art de vivre à la montagne. Dans son décor Belle Époque, le Palace conjugue glamour intemporel et esprit contemporain : 155 chambres et suites avec vue sur le lac gelé, un spa somptueux signé Palace Wellness et une collection de restaurants, dont le cultissime La Coupole Matsuhsa. Entre élégance feutrée, hospitalité légendaire et énergie cosmopolite, St. Moritz retrouve ici tout son éclat.

-/ A legendary winter refuge since 1896, Badrutt's Palace defines the very essence of alpine luxury. Beneath its snow-topped towers, icons from Marlene Dietrich and Audrey Hepburn to Alfred Hitchcock and Kate Moss have embraced the mountain art de vivre. Within its Belle Époque interiors, timeless glamour meets modern energy, 155 rooms and suites overlooking the frozen lake, a sumptuous Palace Wellness spa, and a constellation of restaurants, including the cult La Coupole Matsuhsa. Blending grace, history, and cosmopolitan flair, St. Moritz shines brightest within these storied walls.



Légende de l'Ouest à Aspen

Hotel Jerome, Auberge Resorts Collection – Aspen, Colorado, USA

Au cœur d'Aspen, l'Hotel Jerome incarne depuis 1889 l'âme raffinée du Far West. Restauré par Auberge Resorts Collection, ce monument classé conjugue héritage et modernité dans un décor où briques apparentes, cuir patiné et œuvres contemporaines dialoguent avec les Rocheuses.

Autour, Aspen vibre entre galeries d'art, boutiques de créateurs et pistes mythiques qui attirent chaque hiver la jet-set internationale. Dans cette ancienne ville minière devenue icône du chic alpin américain, le Jerome s'impose comme son âme originelle : élégante, libre et intemporelle.

-/ In the heart of Aspen, Hotel Jerome has embodied the refined spirit of the American West since 1889. Restored by Auberge Resorts Collection, this landmark blends heritage and modern sophistication through exposed brick, aged leather, and contemporary art framed by the Rockies.

Outside, Aspen hums with galleries, designer boutiques, and legendary slopes drawing the global jet set each winter. In this former mining town turned alpine icon, the Jerome remains its enduring soul, elegant, untamed, and timeless.



L'art de l'hiver par Cheval Blanc

Cheval Blanc Courchevel – Courchevel 1850, France

Au cœur de Courchevel 1850, le Cheval Blanc signe l'alliance parfaite entre audace contemporaine et hospitalité d'exception. Derrière sa façade immaculée, ce palace intime de 36 chambres et suites dévoile un cocon feutré, pensé par Sybille de Margerie pour la Maison LVMH. Trois étoiles Michelin au 1947, un spa Guerlain enveloppé de lumière, ski-in/ski-out au pied des pistes et service sur mesure : ici, tout célèbre la douceur de l'hiver. Havre des esthètes et des amoureux de la montagne, l'adresse symbolise un luxe pur, exclusif et infiniment chaleureux.

-/ In the heart of Courchevel 1850, Cheval Blanc fuses bold contemporary design with exceptional hospitality. Behind its pristine façade, this intimate 36-room palace imagined by Sybille de Margerie for LVMH is a sanctuary of alpine elegance. Home to the three-Michelin-starred Le 1947, a luminous Guerlain spa, ski-in/ski-out access and impeccable bespoke service, it celebrates the poetry of winter. A haven for aesthetes and mountain lovers alike, Cheval Blanc Courchevel redefines luxury as purity, warmth, and absolute refinement.

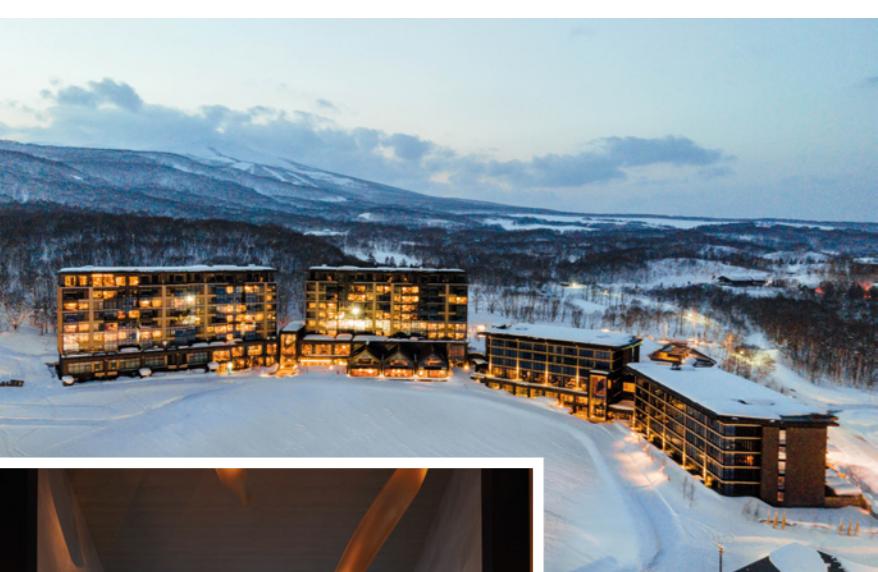


Neige et sérénité à Niseko

Park Hyatt Niseko Hanazono – Hokkaidō, Japon

Au pied du mont Annupuri, le Park Hyatt Niseko Hanazono redéfinit l'art du luxe alpin à la japonaise. Derrière ses lignes épurées et son design minimaliste se dévoile un sanctuaire de calme face aux neiges immaculées d'Hokkaidō. Ski-in/ski-out sur l'une des plus belles poudreries du monde, bains onsen fumants, gastronomie japonaise et française signée par de grands chefs: chaque instant célèbre la beauté des contrastes. Entre volcans enneigés, forêts de bouleaux et art de l'hospitalité nippone, Niseko conjugue aventure, bien-être et contemplation.

-/ At the foot of Mount Annupuri, Park Hyatt Niseko Hanazono redefines alpine luxury through a Japanese lens. Behind its minimalist lines lies a sanctuary of calm overlooking Hokkaidō's legendary powder snow. With ski-in/ski-out access, steaming onsen baths, and Japanese and French fine dining by renowned chefs, every moment celebrates harmony and contrast. Between snow-dusted volcanoes, silver birch forests, and the art of omotenashi hospitality, Niseko embodies adventure, wellbeing, and quiet contemplation.



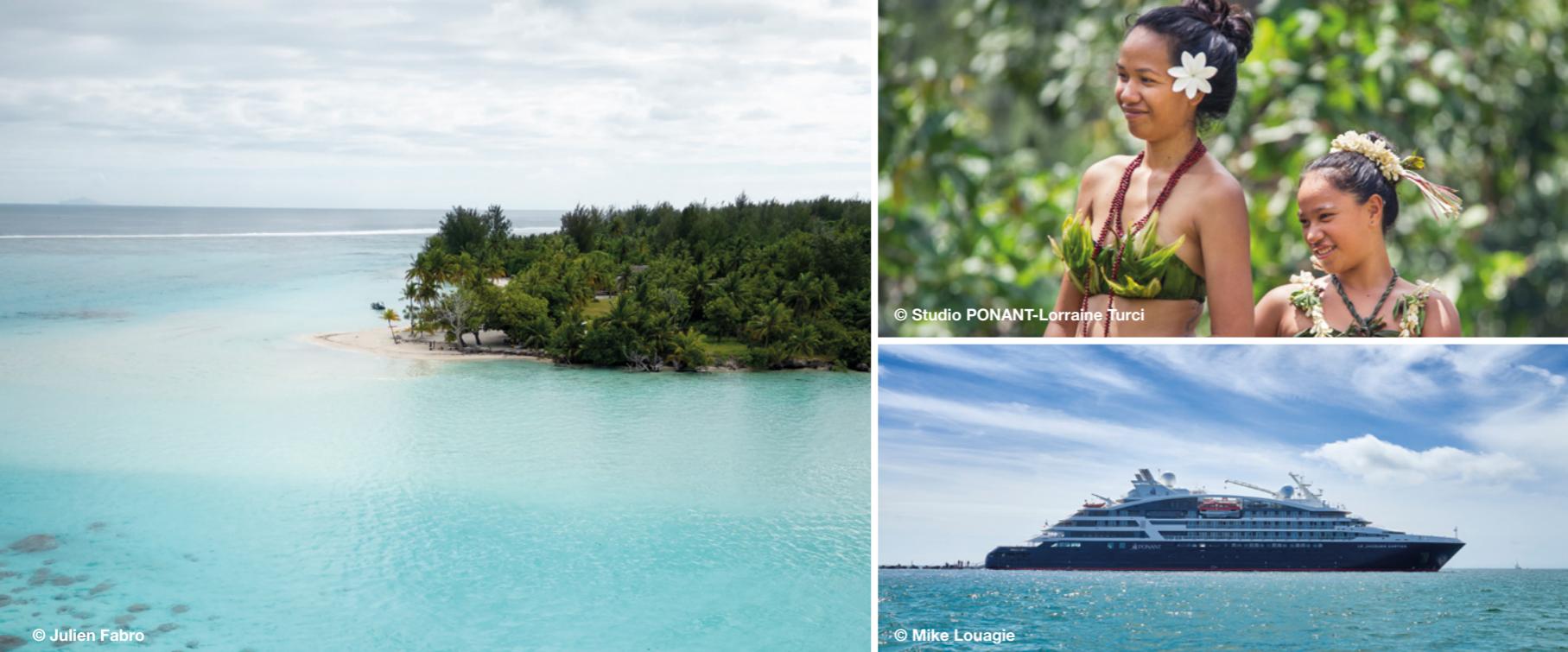
Aman, l'art du silence alpin

Aman Rosa Alpina – San Cassiano, Dolomites, Italie

Au cœur des Dolomites, dans le village de San Cassiano, Aman Rosa Alpina réinvente la légende d'un refuge historique. Repensé par Jean-Michel Gathy, l'hôtel conjugue authenticité alpine et design épuré, entre bois blond, pierre brute et lumière changeante. Les 51 suites offrent le confort d'un chalet contemporain ouvert sur les sommets, tandis que le spa s'étend sur deux niveaux avec piscine panoramique, hammam et jardin zen. Les tables, Il Salotto et Le Grill célèbrent la convivialité italienne, rejoins cet hiver par Akari, nouveau restaurant japonais Shabu Shabu.

-/ In the heart of the Dolomites, Aman Rosa Alpina reimagines the soul of a historic mountain retreat. Redesigned by Jean-Michel Gathy, it blends alpine authenticity with Aman's serene minimalism, pale woods, raw stone, and ever-changing light. Its 51 suites evoke the warmth of a modern chalet, while the two-storey spa invites deep restoration with panoramic pools, hammam, and a zen garden. Dining unfolds between convivial Italian flavours at Il Salotto and Le Grill, and refined Japanese artistry at Akari, a new Shabu Shabu concept.





Polynésie confidentielle

PONANT EXPLORATIONS dévoile de nouveaux horizons sur les eaux du Pacifique Sud.

-/ PONANT EXPLORATIONS unveils new horizons across the waters of the South Pacific.

En 2026, PONANT EXPLORATIONS fera de la Polynésie son écrin le plus précieux, avec trois expériences exclusives pour redécouvrir l'archipel autrement. Parmi elles, Le Jacques Cartier, dernière perle de la flotte, sillonnera les lagons turquoise dès l'hiver 2026-2027, offrant une approche inédite du voyage.

Pensé pour les explorateurs en quête d'authenticité, ce navire à taille humaine invite à une immersion totale dans la nature polynésienne. Grâce à son faible tirant d'eau, il accoste au plus près des motus isolés, entre baignades, plongées et excursions en zodiac guidées par des naturalistes. Des îles Australes à l'archipel des Gambier, chaque escale révèle un monde préservé où la culture locale, la faune et la flore tissent un lien profond entre terre et océan.

À bord, le luxe prend une forme apaisée : cabines lumineuses ouvertes sur la mer, gastronomie raffinée inspirée des produits locaux, moments de contemplation depuis le salon panoramique ou le Blue Eye, ce lounge sous-marin signature de PONANT EXPLORATIONS. Ici, chaque détail célèbre la beauté brute du Pacifique et la rencontre respectueuse avec ses habitants.

Une nouvelle promesse de voyage qui vient enrichir l'expérience emblématique du Paul Gauguin et confirme la Polynésie comme la destination phare du luxe exploratoire en 2026. Une invitation à naviguer autrement, au rythme du vent, du lagon et de l'émotion pure.

ponant.com

La nouvelle référence du wakeboat de luxe

Le MasterCraft X24 fait de chaque sortie sur l'eau une expérience unique, alliant sensations, style et performances.

-/The MasterCraft X24 turns every time on the water into a unique experience, combining thrill, style, and performance.

Le nouveau MasterCraft X24 incarne l'alliance parfaite du luxe, du confort, de l'innovation technologique et des performances d'exceptions. Avec ses 7,37 m de longueur, ses finitions premium et son design spectaculaire, il redéfinit une nouvelle fois les standards du wakeboat haut de gamme. Sa coque entièrement redessinée, son moteur Ilmor 6,2L GDI ou Supercharged en font un bateau très maniable et agréable à piloter. Son système SurfStar™ sculpte des vagues parfaites, adaptées à chaque rider. Le nouveau cockpit de pilotage avec son écran panoramique et son interface MyDrive offre un pilotage fluide et intuitif. Véritable icône du segment 24 pieds, il transforme chaque sortie en une expérience exclusive, entre émotion, élégance et performance absolue.

offaxis.ch

-/ The new MasterCraft X24 embodies the perfect blend of luxury, comfort, cutting-edge technology, and exceptional performance. Measuring 7.37 meters in length, with premium finishes and a striking design, it once again sets a new standard for high-end wakeboats. Its fully redesigned hull and Ilmor 6.2L GDI or Supercharged engine make it highly maneuverable and a pleasure to drive. The SurfStar™ system crafts perfect waves, tailored to each rider. The new helm features a panoramic display and MyDrive interface, ensuring smooth and intuitive handling. A true icon in the 24-foot segment, it transforms every outing into an exclusive experience, combining excitement, elegance, and ultimate performance.



A luxury ocean journey

Nouvelles destinations, expériences exclusives et service cinq étoiles, Explora Journeys réinvente l'hospitalité ultra luxe en mer. Rencontre avec Anna Nash, Présidente d'Explora Journeys.

./ New destinations, exclusive experiences, and five-star service, Explora Journeys is redefining ultra-luxury hospitality at sea. We meet with Anna Nash, President of Explora Journeys.

Victoria Javet

Quelles ont été vos premières actions en tant que Présidente d'Explora Journeys ?

«Ma priorité a été d'écouter, de comprendre la position et les objectifs de la marque. Nous avons mis en place une approche collaborative tout en restant fidèles à notre volonté d'excellence. Arrivée avant le lancement d'EXPLORA II, j'ai soutenu l'équipe pour garantir une expérience exceptionnelle. En 2025, nous avons affiné nos processus et préparé une croissance majeure à partir de 2026, avec quatre navires qui seront lancés en trois ans.»

Comment décririez-vous l'expérience Explora Journeys ?

«Notre objectif est de redéfinir le voyage en mer en offrant aux invités le temps de se reconnecter avec eux-mêmes, les autres et le monde. Explora Journeys allie élégance, confort et découverte. Toutes les suites avec vue sur l'océan disposent de terrasses privées et d'un design haut de gamme, tandis que la gastronomie combine cuisine de classe mondiale et découvertes culturelles.»

Quelles sont les destinations incontournables de 2026 ?

«Nos Journeys explorent des destinations captivantes, des ports emblématiques et des trésors cachés à travers la Méditerranée, l'Europe du Nord, l'Amérique du Nord et les Caraïbes. En juillet 2026, nous accueillerons EXPLORA III, qui effectuera son voyage inaugural de Barcelone à Lisbonne avant d'explorer l'Europe, l'Islande et l'Amérique du Nord. Elle proposera de nouveaux concepts culinaires et de bien-être, renforçant notre position parmi les plus prestigieux hôtels flottants du monde. EXPLORA IV et V feront leur entrée en 2027, apportant notre élégance européenne en Alaska, suivis d'EXPLORA VI en 2028.»



BEAUTY & HEALTH

ALPEOR ULITUDE – CAUDALIE POUR LES FÊTES – SWISSLINE – RHÔNE DENTAL CLINIC



Catherine Deneuve, 1962 © Silver Screen Collection

ALPEOR ULTITUDE

la nature pour essence

A mi-chemin entre une eau de soin et un sérum, l'Essence Ultitude d'Alpeor est le nouveau geste incontournable de toute routine beauté réussie.

-/ Sitting somewhere between a treatment water and a serum, Alpeor's Facial Essence is the new must-have step in any skincare routine.

Victoria Javet

Avec l'Essence Ultitude, Alpeor redéfinit le rituel quotidien avec une nouvelle étape beauté. Aussi fluide qu'une eau et aussi concentré qu'un sérum, ce nouveau soin permet de préparer la peau à recevoir les précieux actifs contenus dans la routine Alpeor. Comme premier geste essentiel, l'Essence exfolie, affine et illumine le teint tout en douceur; grâce à sa formule douce qui a nécessité près de quatre années de recherche. Enrichie en complexes AHA | BHA | PHA, sa texture soyeuse et sans grains offre une exfoliation sans irritation, tout en incitant le renouvellement cellulaire.

Après quelques utilisations seulement, la peau devient plus nette, libérée de ses impuretés. Inspirée par la nature et les plantes alpines, Alpeor intègre également l'extrait de mauve, riche en propriétés apaisantes et anti-inflammatoires. Le teint est unifié et plus lumineux.

alpeor.com



-/ With Facial Essence, Alpeor transforms the daily ritual into a moment of care. Light and fluid like water yet concentrated

like a serum, this innovative formula prepares the skin to fully absorb the active ingredients in the Alpeor range. As the first essential step, it gently exfoliates, refines,

and brightens the complexion, thanks to a delicate formula developed over nearly four years of research. Infused with AHA, BHA, and PHA complexes, its silky, grain-free texture exfoliates without irritation while encouraging natural cell renewal. In just a few applications, the skin feels clearer and purified. Inspired by nature and Alpine botanicals, Facial Essence also includes mallow extract, renowned for its soothing and anti-inflammatory benefits. The result is a complexion that is smoother, more even, and radiantly luminous.

CAUDALIE

POUR LES FÊTES



C'est la saison des cadeaux ! Pour les plus pressés qui ont envie de faire plaisir, Caudalie a tout prévu. Petite sélection de coffrets festifs, qui regroupent les routines stars de la marque.

-/ It's gift-giving season! For those short on time but eager to treat their loved ones, Caudalie has everything covered. Discover a selection of festive sets featuring the brand's most beloved skincare routines.

Victoria Javet



Longevity in a bottle

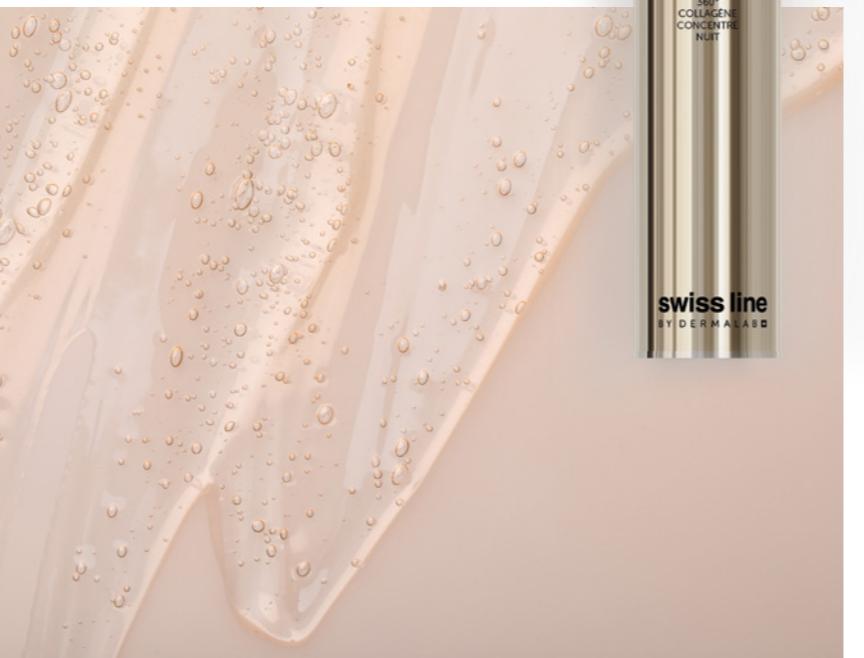
Swissline dévoile un nouveau soin de nuit hautement efficace pour les peaux matures, basé sur les dernières avancées en matière d'épigénétique.

-/ Swissline unveils a highly effective new night treatment for mature skin, inspired by the latest breakthroughs in epigenetics.

Victoria Javet



swissline-cosmetics.com



Avec Cell Shock 360° Collagen Night Concentrate, Swissline ouvre une nouvelle ère de son histoire. Conçu à partir des dernières découvertes scientifiques en matière d'épigénétique, ce nouveau sérum offre une action anti-âge puissante aux peaux sèches et matures. Au cœur de sa formulation, le stimulant végétal et révolutionnaire de la molécule de longévité NAD+ RejuveNad™ agit sur les rides, la fermeté et les taches de vieillesse. Enrichi en collagène marin et acides aminés et céramides, il a été pensé pour accompagner les femmes pendant la péri-ménopause et la ménopause, lorsque le taux de lipides diminue et que la peau a tendance à s'assécher. Cell Shock 360° Collagen Night Concentrate est le soin idéal pour toutes celles qui souhaitent traverser cette période avec sérénité.



-/ With Cell Shock 360° Collagen Night Concentrate, Swissline begins a new chapter in its story. Developed using the latest scientific discoveries in epigenetics, this new serum delivers powerful anti-aging benefits for dry, mature skin. At the heart of its formula is RejuveNad™, a revolutionary plant-derived booster of the longevity molecule NAD+, which targets wrinkles, firmness, and age spots. Enriched with marine collagen, amino acids, and ceramides, it is designed to support women through peri-menopause and menopause, when lipid levels drop and the skin tends to become drier. Cell Shock 360° Collagen Night Concentrate is the ideal treatment for anyone wishing to navigate this stage of life with confidence and ease.



L'USINE®
CLUB DE SPORT

DISCIPLINE
IS NOT A
DIRTY WORD
RON DORFF

ATTEIGNEZ VOS OBJECTIFS

*Un accompagnement pensé
pour vous !*

Découvrez le coaching personnalisé à L'Usine, où vos objectifs deviennent notre priorité. Profitez d'un accompagnement sur-mesure dans un lieu dédié au bien-être et à la performance.

Une semaine d'essai offerte sur présentation de ce magazine.*

Rue Bovy-Lysberg 3-5, CH-1204 Genève
Tél. : 022 319 60 30 - reception@usinesportsclub.ch

*Sous réserve de ne pas être membre à l'Usine Sports Club et de visiter le club pour la première fois. Offre non cumulable

WWW.USINESPORTSCLUB.CH

La Clinique Amiia

l'harmonie entre santé et esthétique

Fondée sur l'amitié et une vision commune, la clinique Amiia à Lausanne allie médecine, esthétique et bien-être. Debora et Marie nous racontent comment elles ont créé un lieu où l'humain est au centre.

-/ Founded on friendship and a shared vision, Amiia Clinic in Lausanne combines medicine, aesthetics, and wellness. Debora and Marie share how they created a space where the human being is at the heart of everything.

Propos recueillis par Linda Cohen

Racontez-nous l'histoire de la clinique Amiia et ce qui a motivé sa création ?

Amiia est le fruit d'une vision partagée: proposer une médecine de qualité dans un cadre professionnel et apaisant. Après plusieurs années de travail ensemble, nous avons voulu créer une clinique qui nous ressemblent: exigeante, fluide et centrée sur le patient.

Comment parvenez-vous à offrir une prise en charge aussi large et spécialisée ?

La clinique repose sur trois pôles complémentaires: l'esthétique, la polyclinique médicale et le bloc opératoire, auxquels s'ajoute un pôle de médecine fonctionnelle et de longévité.

Quels services ou soins sont aujourd'hui les plus demandés ?
Les traitements stimulant la production de collagène sont les plus recherchés, ainsi que les consultations de médecine préventive visant à optimiser énergie, métabolisme et bien-être global.

Qu'est-ce qui vous a amenées à adopter une approche holistique ?

Les patients souhaitent une prise en charge globale réunissant santé, esthétique et compréhension des équilibres biologiques. Amiia centralise ainsi différentes expertises.

Amiia Clinique
Rue Centrale 19, 1003 Lausanne
+41 21 577 63 53
amiaclinique.ch



«L'objectif est de renforcer la médecine préventive et la santé féminine, et continuer à faire évoluer la médecine esthétique vers des résultats naturels.»

-/ Tell us the story of the Amiia Clinic and what motivated its creation?
Amiia is the result of a shared vision: providing high-quality medical care in a professional, calming environment. After several years of working together, Debora and Marie wanted to build a clinic that reflected who they are, demanding, streamlined, and deeply patient-centered.

How do you manage to offer such a broad and specialized range of treatments?
The clinic is built around three complementary pillars: aesthetic medicine, a multidisciplinary medical unit, and a surgical department, with an additional focus on functional and longevity medicine.

Which services or treatments are currently the most in demand?
Collagen-stimulating treatments are among the most sought-after, along with preventive medicine consultations aimed at optimizing energy, metabolism, and overall well-being.

What led you to adopt a holistic approach?
Patients increasingly seek comprehensive care that brings together health, aesthetics, and an understanding of biological balance. Amiia brings these different areas of expertise under one roof.

Quels sont vos projets pour 2026 ?

L'objectif est de renforcer la médecine préventive et la santé féminine, et continuer à faire évoluer la médecine esthétique vers des résultats naturels.

Comment voyez-vous évoluer la médecine esthétique, la chirurgie esthétique et la médecine préventive ?

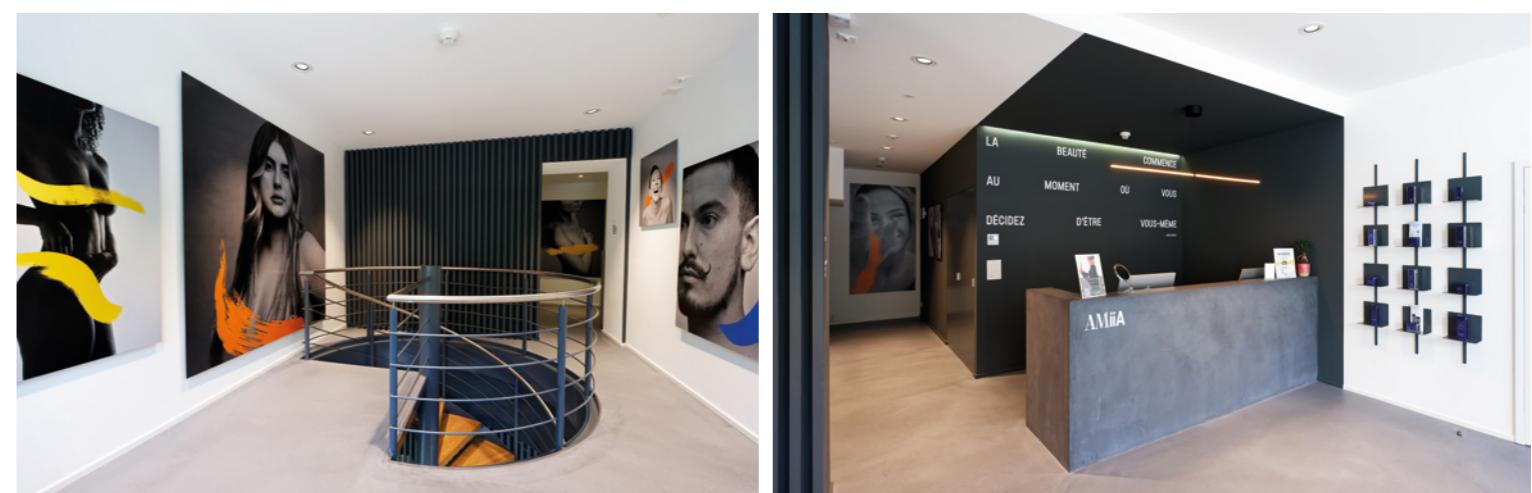
La médecine esthétique tend vers des résultats subtils et durables; la chirurgie devient moins invasive; la médecine préventive prend une place croissante, permettant aux patients d'anticiper les déséquilibres et de devenir acteurs de leur santé.

What are your plans for 2026?

Strengthening preventive medicine and women's health, while continuing to advance aesthetic medicine toward natural-looking results.

How do you see aesthetic medicine, cosmetic surgery, and preventive medicine evolving?

Aesthetic medicine is moving toward more subtle and long-lasting results; surgery is becoming less invasive; and preventive care is gaining importance, enabling patients to anticipate imbalances and take an active role in their health.



La haute précision au service du sourire

À Genève, Rhône Dental Clinic, leader suisse dans la conception de facettes, fait partie de ce cercle rare où précision et passion se confondent en véritable signature.

-/ In Geneva, Rhône Dental Clinic, a Swiss leader in veneer design, belongs to the rare circle where precision and passion merge into a true signature.

Figures reconnues pour leur sens de l'excellence et leur approche résolument humaine, les docteurs Christophe Gachet et Carl Merheb incarnent cette même intensité que l'on retrouve chez les maîtres horlogers ou les ingénieurs d'exception: celle de poursuivre la perfection, sans compromis, pour placer le patient au centre d'une expérience hautement personnalisée. Leur geste est sûr, calibré, entièrement voué au naturel maîtrisé.

Comme un mouvement suisse dont chaque rouage répond à un dessin millimétré, chaque facette est conçue, sculptée et réglée au sein du laboratoire interne de la clinique, un atelier exclusif à Genève, qui garantit le contrôle absolu du détail.

-/ Renowned for their pursuit of excellence and their profoundly human approach, Dr. Christophe Gachet and Dr. Carl Merheb embody the same intensity found in master watchmakers and exceptional engineers, an unwavering quest for perfection, without compromise, placing each patient at the heart of a highly personalized experience. Their touch is assured, calibrated, devoted entirely to a mastered natural aesthetic.

Like a Swiss movement in which every gear answers to a meticulously designed purpose, each veneer is conceived, sculpted, and fine-tuned within the clinic's in-house laboratory, an exclusive Geneva atelier that ensures absolute control over every detail.



Ici, le sourire n'est jamais reproduit... Il est composé, pensé comme une pièce unique, façonné à la main, ajusté à la personnalité de celui qui le porte. Un «cousu main» d'une élégance souveraine, où l'héritage genevois dialogue avec les technologies les plus avancées, sans jamais trahir l'âme artisanale du métier.

Rhône Dental Clinic perpétue cette alliance rare entre tradition et innovation, entre rigueur mécanique et émotion pure. Une adresse où l'héritage rencontre l'innovation, lieu où chaque sourire devient un objet de haute précision, un patrimoine intime, une création d'exception, portée par la passion de deux virtuoses de l'esthétique dentaire, pour lesquels «l'outil le plus sophistiqué est la main» !

Here, a smile is never reproduced... It is composed, imagined as a unique piece, shaped by hand, and adjusted to the personality of the one who will wear it. A bespoke creation of sovereign elegance, where Geneva's heritage converses with state-of-the-art technology without ever compromising the artisanal soul of the craft.

Rhône Dental Clinic upholds this rare alliance of tradition and innovation, mechanical rigor and pure emotion. An address where heritage meets innovation, where every smile becomes an object of high precision, an intimate treasure, an exceptional creation shaped by the passion of two virtuosos of dental aesthetics, for whom "the most sophisticated tool is the hand."

La santé du danseur au cœur du mouvement

Les 13 et 14 mars 2026, le Conservatoire de musique de Genève accueillera la seconde édition du symposium «The Dancer's Foot and Ankle & Beyond», organisé par le Centre ASSAL. Un rendez-vous international consacré à la santé physique et psychique des danseurs.

-/ On March 13 and 14, 2026, the Geneva Conservatory of Music will host the second edition of the symposium "The Dancer's Foot and Ankle & Beyond," organized by the ASSAL Center. An international event dedicated to the physical and mental health of dancers.

Julie Bellotto



Photo © Arek Glebocki

Imaginé par le Centre ASSAL et la Dr Elisabeth Schauer, cet événement interdisciplinaire réunit médecine, science et art du mouvement afin de mieux comprendre et accompagner le corps du danseur, de la jeunesse à la maturité.

Pendant deux jours, plus d'une vingtaine de spécialistes venus du monde entier, chirurgiens, médecins du sport, physiothérapeutes, psychologues, ostéopathes et artistes, partageront leurs expertises à travers des conférences, des ateliers pratiques et des moments d'échanges. Parmi eux, des figures de renom issues de grandes institutions médicales et artistiques internationales apporteront leur regard sur la santé, la performance et le mouvement.

Le programme principal abordera des thématiques essentielles telles que la prévention des blessures, la longévité des carrières ou encore la santé mentale dans le milieu de la danse. En parallèle, un parcours entièrement conçu pour les danseurs proposera des workshops spécifiques.

Ouvert au grand public, ce symposium s'adresse autant aux professionnels de santé qu'aux danseurs et passionnés. Il prolonge le succès de la première édition, qui avait fédéré médecins et artistes.

-/ Conceived by the ASSAL Center and the Dr. Elisabeth Schauer, this interdisciplinary event brings together medicine, science, and the art of movement to better understand and support the dancer's body, from youth to maturity.

Over the course of two days, more than twenty specialists from around the world, including surgeons, sports physicians, physiotherapists, psychologists, osteopaths, and artists, will share their expertise through lectures, practical workshops, and discussion sessions. Among them, renowned figures from leading international medical and artistic institutions will share their perspectives on health, performance, and movement.

The main program will address key topics such as injury prevention, career longevity, and mental health in the dance world. In parallel, a dedicated track specifically designed for dancers will offer specialized workshops.

Open to the general public, this symposium is aimed at both healthcare professionals and dancers or dance enthusiasts. It builds on the success of the first edition, which brought together doctors and artists.

URBAN

DESIGN — SHOPPING — GASTRONOMIE — HÔTELS



Sean Connery in "Dr. No," 1962



1. Assiette Cuore **BITOSSI**
2. Backgammon Labyrinth **JONATHAN ADLER**
3. James Bond Cars **ASSOULINE**
4. Bougie parfumée Giorno e Notte et Soli e Lune **FORNASETTI**
5. Vase Muse Dreamscape **JONATHAN ADLER**
6. Backgammon Leopard **JONATHAN ADLER**
7. Important Thing Trousse **ANYA HINDMARCH**
8. Assiette murale Tema e Variazioni n°140 **FORNASETTI**
9. Cadre photo **GIOBAGNARA**
10. Boîte à bijoux Tiger **JONATHAN ADLER**
11. Boîtes Labyrinth **JONATHAN ADLER**





Le «Second Cycle» de teo jakob

Entre savoir-faire historique et engagement pour la durabilité, teo jakob réinvente le mobilier modulable avec une initiative pionnière.

-/ Balancing historic craftsmanship with a commitment to sustainability, teo jakob is reinventing modular furniture through a pioneering initiative.

En 2025, teo jakob célèbre 75 ans d'héritage dans le design suisse avec les espaces professionnels et privés en créant des ambiances uniques, grâce à un mobilier pensé et personnalisé. Avec «Second Cycle», elle offre une seconde vie aux pièces USM d'occasion, reconditionnées et certifiées, qui s'intègrent dans de nouveaux projets d'aménagement. Cette démarche allie design, modularité et durabilité, et illustre parfaitement la capacité de teo jakob à accompagner ses clients dans des réalisations sur mesure et contemporaines.

-/ In 2025, teo jakob celebrates 75 years of Swiss design heritage under the motto “limitless.” For decades, the company has transformed private and professional spaces by creating unique atmospheres with carefully designed, customized furniture. With “Second Cycle,” teo jakob gives a second life to pre-owned USM pieces, reconditioned and certified, ready to be integrated into new interior projects. This initiative combines design, modularity, and sustainability, perfectly reflecting teo jakob’s ability to guide clients in creating bespoke, contemporary environments. [JB]

teojakob.ch



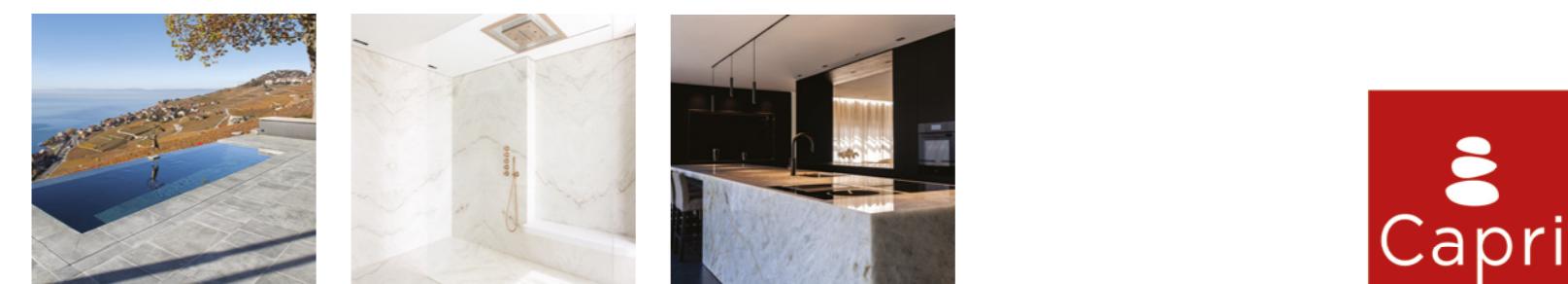
Tavolini réinvente la table d'appoint en la hissant au rang de pièce maîtresse, un éclat précieux capable de métamorphoser l'atmosphère d'un espace. Déclinées en 35 et 45 cm, ces sculptures de verre se complètent, dialoguent entre elles ou s'affirment seules comme de véritables statements de design. Produites en petites séries, elles captent la lumière et la réfractent avec une intensité rare, révélant un langage visuel où la pureté des lignes embrasse la profondeur de la matière. Née d'une enfance bercée par le verre de Murano, la fondatrice crée des objets aussi rares qu'authentiques.

-/ Tavolini reinvents the side table, elevating it to the status of a true centerpiece, a precious glow capable of transforming the atmosphere of any room. Available in 35 and 45 cm, these glass sculptures complement one another, create a dialogue, or stand alone as striking design statements. Produced in small batches, they catch and refract light with remarkable intensity, revealing a visual language where pure lines meet the depth of crafted material. Raised in a world shaped by Murano glass, the founder creates objects that are as rare as they are authentic. [JB]

tavolini.com



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



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

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

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

Capri
Natural inspiration

group-capri.com
store-capri.com



Mafalda FLABELUS



Coat NOURHAMMOUR



Backgammon HECTOR SAXE

A CURATED WINTER MOOD

La sélection hivernale de CURATOR13 célèbre une élégance intemporelle où mode, beauté et design se rencontrent avec justesse, redéfinissant la sophistication de saison.

-/ CURATOR13's winter selection celebrates timeless elegance, where fashion, beauty and design meet in perfect harmony, redefining seasonal sophistication.



Hairclip CURATOR13

Lipgloss ROM&ND



LT26 Bonnie Sun Bordeaux Red PETER AND MAY



Bag Olympia Le Tan VIN CHAUD

Kimberly 70's flare velvet
CITIZENS OF HUMANITY

CURATOR13
Rue des Chaudronniers 6
1204 Genève
+41 22 700 13 13

Noël s'invite à Outlet Aubonne

Entre Lausanne et Genève, Outlet Aubonne fait des fêtes un parcours d'élegance et de découvertes pour célébrer Noël en beauté.

-/ Between Lausanne and Geneva, Outlet Aubonne turns the holidays into a journey of elegance and discoveries, celebrating Christmas in style.

Julie Bellotto



Quand l'hiver s'installe et que les vitrines scintillent, Outlet Aubonne devient le rendez-vous incontournable des fêtes. Plus de 50 boutiques premium, nationales et internationales, offrent un écrin pour préparer Noël. Fusalp habille pour affronter le froid avec élégance, Timberland assure chaleur et robustesse aux pieds, tandis que Maje permet de briller et d'illuminer toutes les soirées de fin d'année. Pour les gourmands, Lindt propose le réconfort parfait après une balade hivernale ou une journée de ski, et Kuhn Rikon vous invite à savourer les plaisirs de la fondue en famille ou entre amis. Villeroy & Boch illumine vos tables avec des pièces décoratives qui feront sensation, et Swarovski vous offre des créations éblouissantes, idéales pour marquer les moments précieux de cette saison.

Pour prolonger le plaisir, les soldes d'hiver se dérouleront du 20 décembre au 31 janvier, profitiez jusqu'à -50% sur des prix déjà remisés. Avec -30% toute l'année, Outlet Aubonne est la destination mode et bonnes affaires pour les fêtes.

Au-delà du shopping, Outlet Aubonne célèbre Noël avec des animations pour petits et grands. Les mercredis 10 et 17 décembre après-midi ainsi que les samedis 13 et 20 décembre après-midi, les enfants pourront confectionner des boules de Noël lors d'ateliers créatifs et immortaliser la magie des fêtes avec le Père Noël. Les samedis après-midi seront également rythmés par des chants de Noël pour plonger toute la famille dans l'esprit des fêtes.

Outlet Aubonne
Chemin Pré-Neuf 14, 1170 Aubonne
+41 21 637 07 00
outlet-aubonne.ch

-/ When winter settles in and the shop windows sparkle, Outlet Aubonne becomes the ultimate holiday destination. More than 50 premium boutiques, both national and international, provide the perfect setting to prepare for Christmas. Fusalp outfits you to face the cold with elegance, Timberland ensures warmth and durability for your feet, while Maje lets you shine at every end-of-year celebration. For food lovers, Lindt offers the perfect treat after a winter stroll or a day on the slopes, and Kuhn Rikon invites you to enjoy the pleasures of fondue with family or friends. Villeroy & Boch lights up your table with decorative pieces that will impress, and Swarovski offers sparkling creations, perfect for marking the season's precious moments.

To extend the joy, the winter sales run from December 20 to January 31, with discounts of up to 50%. With 30% off all year round, Outlet Aubonne is the go-to destination for fashion and great deals this festive season.

Beyond shopping, Outlet Aubonne celebrates Christmas with activities for kids and adults alike. On Wednesday afternoons, December 10 and 17, as well as Saturday afternoons, December 13 and 20, children can create Christmas ornaments in creative workshops and capture the magic of the holidays with Santa Claus.



La magie des pierres

Avec une délicatesse inégalée, Aurore Guiot signe sa collection de Noël, transformant chaque bijou en récit précieux à porter.

-/With unmatched delicacy, Aurore Guiot unveils her Christmas collection, transforming each piece of jewelry into a precious story to wear.

Aurore Guiot ouvre les portes de son univers avec une collection de bijoux emblématiques : bagues, colliers, pendentifs et boutons de manchette, où or 18 carats, platine et pierres précieuses se mêlent avec raffinement. Parmi ces pièces, le pendentif « O » se pose délicatement sur la peau, tandis que les boutons de manchette MARCEL1907 réinventent les codes masculins pour créer des bijoux mixtes et contemporains. Dans son showroom à Genève, chaque création naît sous les mains expertes de la joaillière, chaque pierre étant choisie avec soin et chaque sertissage réalisé avec minutie. Ces bijoux personnalisables et intemporels illuminent les moments précieux et célèbrent la magie des fêtes.

-/Aurore Guiot opens the doors to her universe with a collection of iconic jewelry: rings, necklaces, pendants, and cufflinks, where 18-carat gold, platinum, and precious stones blend with refined elegance. Among these pieces, the “O” pendant rests delicately on the skin, while the MARCEL1907 cufflinks reinterpret masculine codes to create mixed and contemporary designs. In her Geneva showroom, each creation is born under the jeweler's expert hands, with every stone carefully selected and every setting executed with precision. These customizable and timeless jewels illuminate special moments and celebrate the magic of the holiday season. [JB]

+41 79 918 41 62
aurore-joaillerie.ch

Noël en lumière

Toujours désireux d'offrir plaisir et surprise à ses clients, The Village dévoile un programme inédit pour ces fêtes.

-/ Always eager to delight and surprise its visitors, The Village unveils an exclusive program for the holiday season.

En cette fin d'année, The Village transforme l'expérience client en véritable immersion festive. Les frontons des maisons et le Lac s'illuminent avec des nouveaux shows lumineux, pour sublimer la beauté du site et émerveiller petits et grands. À 1h30 de Genève en direction de Lyon, les amateurs de shopping retrouveront plus de 135 marques prestigieuses, telles que Polo Ralph Lauren, Armani, Boss, Lancel, Kujten, Iro, Rituals, Fusaly ou encore Colmar, proposant leurs collections jusqu'à 70 %. Ils pourront également découvrir des pop-ups exclusifs tels que Bocuse Maison de Famille, Lacroix, Classic General Motors, et bien d'autres. Pour sublimer vos fêtes, The Village ouvre ses portes tous les dimanches jusqu'au 21 décembre et propose des cartes cadeaux, valables un an, disponibles à l'achat en ligne et utilisables exclusivement dans de nombreuses boutiques.

-/ As the year comes to a close, The Village transforms the customer experience into a truly festive immersion. The facades of the houses and the lake light up with new spectacular shows, enhancing the beauty of the site and delighting both young and old. Just 1 hour and 30 minutes from Geneva towards Lyon, shopping enthusiasts can explore over 135 prestigious brands, including Polo Ralph Lauren, Armani, Boss, Lancel, Kujten, Iro, Rituals, Fusaly, and Colmar; offering collections with discounts of up to 70%. They can also discover exclusive pop-ups such as Bocuse Maison de Famille, Lacroix, Classic General Motors, and many more. To make the holidays even more special, The Village opens its doors every Sunday until December 21 and offers gift cards, valid for one year, available for purchase online and redeemable exclusively in many boutiques. [JB]

The Village
Parc du couvent, 38090 Villefontaine
Direction Lyon, France
thevillageoutlet.com



GESTOCIGARS S.A.

Boutique de cigares à Genève depuis 1985 – Importateur n° 8009



Votre boutique de cigare
au centre de Genève et en ligne

GESTOCIGARS.CH

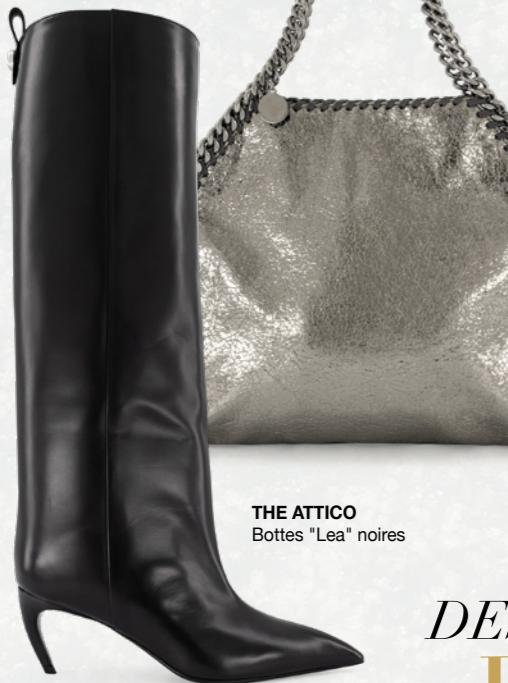
Fumer tue / Rauchen tötet / Il fumo uccide

Gestocigars S.A.
Rue Robert-Céard 8 – 4^e étage
1204 Genève – Suisse

Horaires d'ouverture
Lundi au Vendredi: 09 h – 19 h
Samedi: 10 h – 14 h

Contact
sales@gestocigars.ch
+41 22 312 10 80

STELLA McCARTNEY
"Falabella Mini" gris acier



TINKER TAILOR
Décoration de sapin blanc



DIOR
Diorshow Mono Couleur Nr. 006 Pearl Star

BERNARDAUD
Assiette NOËL dorée



DES FÊTES SOUS LE SIGNE DU GLAMOUR

Chez Globus, l'ambiance se fait plus douce, où chaque détail scintille et où l'on savoure l'art de célébrer avec des pièces d'exception pour offrir ou s'offrir.

- At Globus, the atmosphere softens, every detail sparkles, and the art of celebration is savored with exceptional pieces to give, or to indulge yourself.

CHRISTBORN
Boule de Noël perle



TOM FORD
Eau de parfum FU*** FABULOUS

CHANEL
SUBLIMAGE LE SOIN PERFECTEUR



GLOBUS
Décoration de sapin Plaque d'huîtres blanc

TOM FORD
FUCKING FABULOUS
EAU DE PARFUM 100 ML



STREET FOOD & BRUNCH



Place du Molard 11, 1204 Genève

Lundi au Samedi 10h - 23h30 - Sunday Brunch 10h30 - 16h30



Éclats de truffe au *Domaine de Châteauvieux*

Du 6 janvier à début mars, le Domaine de Châteauvieux célèbre la truffe avec un menu raffiné signé par ses Chefs.

-/ From January 6th to the beginning of March, Domaine de Châteauvieux celebrates the truffle with a refined menu crafted by its Chefs.

Julie Bellotto

À l'aube de la nouvelle année, le Domaine de Châteauvieux célèbre la saison de la truffe avec un menu d'exception, véritable écrin de gourmandise et de convivialité. Sublimée par le raffinement de ce diamant noir, chaque création offre aux amateurs une expérience gustative riche, mettant en valeur les produits du Domaine et révélant les arômes musqués de la truffe qui éveillent les sens dès la première bouchée. Chaque plat se prête à des associations audacieuses et élégantes, témoignant de toute la créativité et de l'expertise des équipes de Philippe Chevrier.

C'est dans ce cadre d'exception que le Domaine de Châteauvieux, maison de Philippe Chevrier depuis 1986, accueille ses convives. Niché dans un environnement élégant et chargé d'histoire, le restaurant séduit par son authenticité et son raffinement, où tradition et innovation se rencontrent avec équilibre. Le service, porté par Esteban Valle depuis 30 ans, complète cette expérience en assurant un accueil irréprochable, à la hauteur des plats servis.

-/ At the dawn of the new year, Domaine de Châteauvieux celebrates truffle season with an exceptional menu, a true showcase of indulgence and conviviality. Elevated by the refinement of this black diamond, each creation offers enthusiasts a rich gastronomic experience, highlighting the estate's products and revealing the earthy aromas of the truffle that awaken the senses from the very first bite. Every dish lends itself to bold and elegant pairings, reflecting the full creativity and expertise of Philippe Chevrier's teams.

It is within this exceptional setting that Domaine de Châteauvieux, Philippe Chevrier's house since 1986, welcomes its guests. Nestled in an elegant and historically rich environment, the restaurant charms with its authenticity and sophistication, where tradition and innovation meet in perfect balance. The service, led by Esteban Valle for 30 years, completes this experience by providing impeccable hospitality, fully matching the quality of the dishes served.



LA MAGIE DES FÊTES

Du 21 novembre au 4 Janvier 2026, la saison des fêtes illumine l'InterContinental Genève sur le thème de la forêt enchantée.

Réveillon de Noël, Grand Gala du Nouvel An, Grand Brunch de Noël et de la Nouvelle Année, Bûche de Noël, Galette des Rois ; en famille ou entouré de vos proches, créez des souvenirs inoubliables et laissez la magie des fêtes rayonner.



geneva.intercontinental.com

Louis Roederer depuis 1776, l'art du temps et du raffinement

Créé pour le tsar Alexandre II, Cristal symbolise encore aujourd'hui l'audace et le raffinement de la Maison Louis Roederer.

-/ Created for Tsar Alexander II, Cristal still embodies the boldness and refinement of Louis Roederer today.

Julie Bellotto

Dans les années 1870, la Maison Louis Roederer entre dans la légende. À la table du tsar Alexandre II de Russie, ses vins font déjà pétiller les coupes impériales. Mais le souverain, amateur de perfection, désire un champagne façonné uniquement pour lui. Louis Roederer, visionnaire et audacieux, relève alors le défi : en 1876 naît le premier Cristal, une cuvée de prestige au nom aussi limpide que sa bouteille. Façonnée en cristal transparent et dotée d'un fond plat pour écarter tout risque d'empoisonnement, elle devient le symbole d'un luxe raffiné, d'une pureté absolue et d'une confiance rare.

-/ In the 1870s, Louis Roederer entered legend. At the table of Tsar Alexander II of Russia, its wines were already making imperial glasses sparkle. Yet the sovereign, a connoisseur of perfection, desired a champagne crafted exclusively for him. Visionary and daring, Louis Roederer rose to the challenge: in 1876, the first Cristal was born, a prestige cuvée with a name as clear as its bottle. Housed in transparent crystal with a flat bottom to eliminate any risk of tampering, it became a symbol of refined luxury, absolute purity, and rare trust.



Frédéric Rouzaud, Président Directeur Général

Au fil des décennies, Cristal s'impose comme une icône. De Saint-Pétersbourg à Paris, des artistes aux aristocrates, il séduit par sa finesse et sa profondeur. Chaque bouteille raconte une histoire : celle d'un héritage familial, d'un savoir-faire transmis depuis près de 250 ans, et d'une quête d'excellence qui traverse le temps sans jamais se figer.

Aujourd'hui, cet esprit d'assemblage et de patience s'incarne dans la maison Louis Roederer, où chaque collection naît de l'art de rassembler : vignes d'exception, terroirs uniques et gestes précis. La Maison vient juste de lancer le nouveau vintage 2004 de l'emblématique cuvée Cristal Vinothèque. Ce «Cristal plus loin» livrant, à 20 ans d'âge, toute sa complexité dans un mouvement transparent et d'éternelle fraîcheur. Cristal Vinothèque 2004 affirme l'identité fraîche de Cristal, sa puissance et son intensité ; vingt années d'attente, au cœur de ses crayères, ont forgé ce caractère unique parvenu aujourd'hui à son apothéose.

Guidée par Frédéric Rouzaud, représentant de la septième génération, la Maison reste indépendante, fidèle à ses racines et à ses 250 hectares de grands et premiers crus de la Marne. Une constance rare dans un monde mouvant, où la véritable modernité réside peut-être dans la capacité à durer.



Louis Roederer, pionnier de la biodynamie

Over the decades, Cristal has established itself as an icon. From Saint Petersburg to Paris, from artists to aristocrats, it captivates with its finesse and depth. Each bottle tells a story: one of a family heritage, of expertise passed down for nearly 250 years, and of an unwavering pursuit of excellence that transcends time.

Today, this spirit of blending and patience is embodied by the House of Louis Roederer, where each collection is born from the art of bringing together exceptional vineyards, unique terroirs, and precise gestures. The House has just unveiled the new 2004 vintage of its iconic Cristal Vinothèque cuvée. This “Cristal pushed further” delivers, at 20 years of age, its full complexity in a transparent flow of eternal freshness. Cristal Vinothèque 2004 asserts Cristal’s signature freshness, power, and intensity; twenty years of patience, in the heart of its chalk cellars, have shaped this unique character, now reaching its apotheosis.

Now guided by Frédéric Rouzaud, representing the seventh generation, the House remains independent, true to its roots and its 250 hectares of grands and premiers crus in the Marne. In a changing world, such constancy is rare, where true modernity may lie in the very ability to endure.

Maisons Marques et Domaines SA
mmdsuisse.com

Clos Pompadour Blanc de Blanes 2017, *le reflet de la vigne*

Avec le Clos Pompadour Blanc de Blanes 2017, Pommery signe une cuvée d'exception 100% Chardonnay, fruit d'un travail méticuleux de la vigne.

With Clos Pompadour Blanc de Blanes 2017, Pommery unveils an exceptional 100% Chardonnay cuvée, the product of meticulous vineyard work.

Victoria Javet

Issue des clos historiques nichés au cœur de Reims, la cuvée 100 % Chardonnay Clos Pompadour Blanc de Blanes 2017 concentre le savoir-faire historique de la maison Pommery. Là où l'histoire rencontre la beauté du terroir, ce clos protégé par de hauts murs bénéficie d'un microclimat plus chaud, idéal pour la maturation du raisin. Son sol crayeux, héritage des anciennes crayères gallo-romaines, imprime une signature minérale à nulle autre pareille. Le grès, utilisé dès l'origine pour vinifier une partie des jus des clos, offre grâce à sa porosité une expression subtile et authentique du terroir. Au nez, la cuvée mêle finesse et générosité, avec des notes miellées, vanillées, fruitées et délicatement florales. En bouche, la minéralité vive s'allonge sur une texture ciselée, portée par une profondeur aromatique fraîche et une finale persistante aux accents iodés et citronnés. Fruit d'un savoir-faire précis et d'une patience maîtrisée, ce vin révèle l'âme du Clos à travers un équilibre subtil entre maturité et minéralité. Plus qu'une cuvée, il incarne l'harmonie entre tradition, innovation et quête d'excellence.

champagnepommery.com



Fruit d'un assemblage des plus fines et précieuses eaux-de-vie, patiemment vieillies et recréées chaque année par le Maître de Chai afin d'offrir depuis 1874 la même émotion et le même profil aromatique, le cognac Louis XIII incarne la maîtrise du temps et de la connaissance, un parallèle parfait avec l'univers festif de l'hôtel Mandarin Oriental, Genève, où chaque souvenir se construit avec soin. Un rituel de service unique y est à découvrir pendant toute la période des fêtes, mettant en scène un Jéroboam et un chariot créés sur mesure exclusivement pour l'établissement, proposant une expérience de dégustation en plusieurs étapes qui révèle toute la profondeur et la complexité de ce cognac d'exception. Une première en Suisse Romande et une impression inoubliable, symbole de l'engagement des deux maisons envers un service d'exception et l'art d'une hospitalité raffinée.

Louis XIII au MO Bar

Les fêtes de fin d'année prennent une dimension intemporelle au MO Bar, bar à cocktail primé, grâce à un partenariat unique avec le célèbre cognac Louis XIII.

-/ The holiday season takes on a timeless dimension at MO Bar, the award-winning cocktail bar, through a unique partnership with the renowned Louis XIII cognac.

MO Bar au Mandarin Oriental, Genève
Quai Turrettini 1, 1201 Genève
+41 22 909 00 00
mandarinoriental.com



IMAGINÉ PAR CLÉMENT PIERLOT, NOTRE CHEF DE CAVES,
POUR ÊTRE LA MÉMOIRE DES PLUS BELLES ANNÉES DE LA CHAMPAGNE.

LE GRAND APANAGE 1874 EXPERIENCE POMMERY #1
S'ARTICULE AUTOUR DES MILLÉSIMES : 2018, 2015 ET 2012.

HOMMAGE À LA CRÉATION DU PREMIER BRUT DE L'HISTOIRE EN 1874
PAR MADAME POMMERY, LE GRAND APANAGE 1874
S'AFFIRME COMME LE NOUVEAU BRUT SIGNÉ POMMERY.



APANAGE 1874
L'EXPERIENCE POMMERY #1



Nouvelle table à Verbier

L'Experimental Chalet dévoile Le St Bernard, son nouveau restaurant de montagne au cœur de Verbier.

-/ The Experimental Chalet introduces Le St Bernard, its new mountain restaurant in the heart of Verbier.

Sous l'impulsion du chef exécutif Rudy Ballin, Le St Bernard propose une cuisine alpine authentique, profondément ancrée dans les produits locaux, où fromages d'alpage, viandes régionales, légumes de saison et vins du Valais se combinent dans des recettes franco-suisses qui revisitent avec créativité les grands classiques montagnards. Installé dans un chalet contemporain aux tons crème et bordeaux, mêlant bois blond et détails design, le restaurant offre une expérience conviviale et raffinée, où «La Table du Chef» invite à partager un moment privilégié autour d'une cuisine locale modernisée, dans un lieu accueillant et généreux à l'image du chien éponyme.

-/ Led by Executive Chef Rudy Ballin, Le St Bernard serves authentic Alpine cuisine rooted in local ingredients, where alpine cheeses, regional meats, seasonal vegetables, and Valais wines come together in Franco-Swiss dishes that creatively reimagine classic mountain fare. Set in a contemporary chalet with cream and burgundy tones, combining light wood and elegant design touches, the restaurant offers a warm and refined dining experience, while "La Table du Chef" provides an intimate setting to enjoy modernized local cuisine, reflecting the welcoming and loyal spirit of its namesake dog. [VJ]

Une nouvelle ère au Pérrolles

Après plus de quarante ans passés derrière les fourneaux, Pierre-André Ayer confie les rênes du Pérrolles à son fils Julien, sommelier; ainsi qu'au chef Victor Moriez.

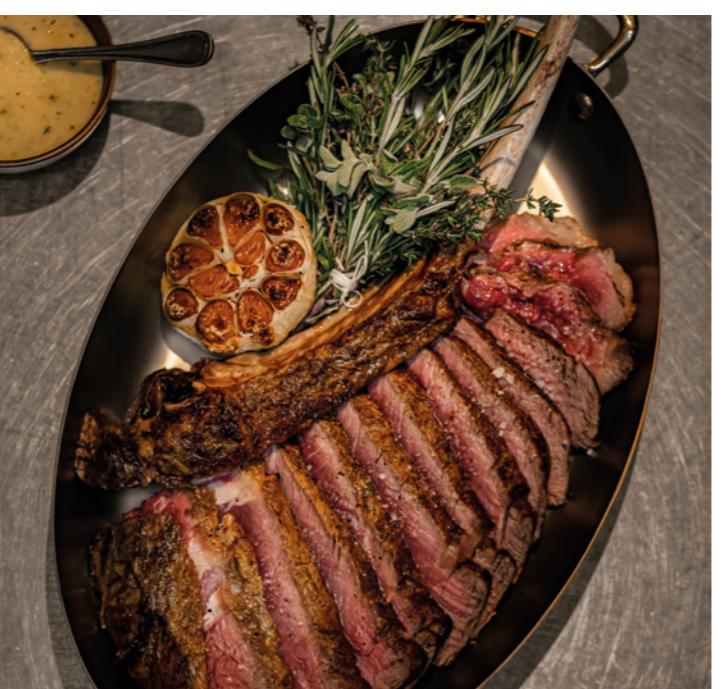
-/ After more than forty years behind the stove, Pierre-André Ayer is passing the torch at Le Pérrolles to his son Julien, a talented sommelier, and to Chef Victor Moriez.

C'est un nouveau chapitre qui s'ouvre pour l'une des meilleures tables de Fribourg. À la tête du restaurant étoilé Le Pérrolles depuis plus de quarante ans, Pierre-André Ayer tirera sa révérence début 2026. Chef multi récompensé et grand défenseur du terroir fribourgeois et de ses artisans, il a su éléver la cuisine helvétique au sommet. Dès le 4 février 2026, son fils Julien Ayer, directeur et sommelier, et Victor Moriez, talentueux chef ayant fait ses armes à Crissier, prendront la relève. Le binôme pourra s'appuyer sur une équipe de jeunes talents et le chef Frédéric Martot, en cuisine depuis treize ans. Jusqu'au 31 janvier 2026, Le Pérrolles proposera un menu hommage à Mme Françoise & Pierrot Ayer, inspiré de ses plats emblématiques.

-/ A new era is dawning for one of Fribourg's most iconic tables. For over four decades, Pierre-André Ayer has led the Michelin-starred Le Pérrolles, earning accolades for his mastery and his unwavering commitment to Fribourg's terroir and local artisans. From February 4, 2026, Julien Ayer, as director and sommelier, alongside Victor Moriez, a rising star trained at Crissier, will take the reins, supported by a dynamic team of young talents and long-serving chef Frédéric Martot, who has been in the kitchen for thirteen years. Until January 31, the restaurant will feature a special tribute menu celebrating Françoise & Pierrot Ayer, revisiting the chef's most iconic and beloved dishes. [VJ]

Le Pérrolles
Bd de Pérrolles 1, 1700 Fribourg
+41 26 347 40 30
leperrolles.ch

Le St Bernard - Experimental Chalet Verbier
Rte de Verbier Station 55, 1936 Verbier
+41 27 775 40 00
experimentalchalet.com / stbernardverbier.com



**Institut International
Notre-Dame du Lac**
Ecole privée internationale
admission@ndl.ch

New
Bilingual
Pre-School
September
2026



Noël enchanteur à Beau-Rivage Genève

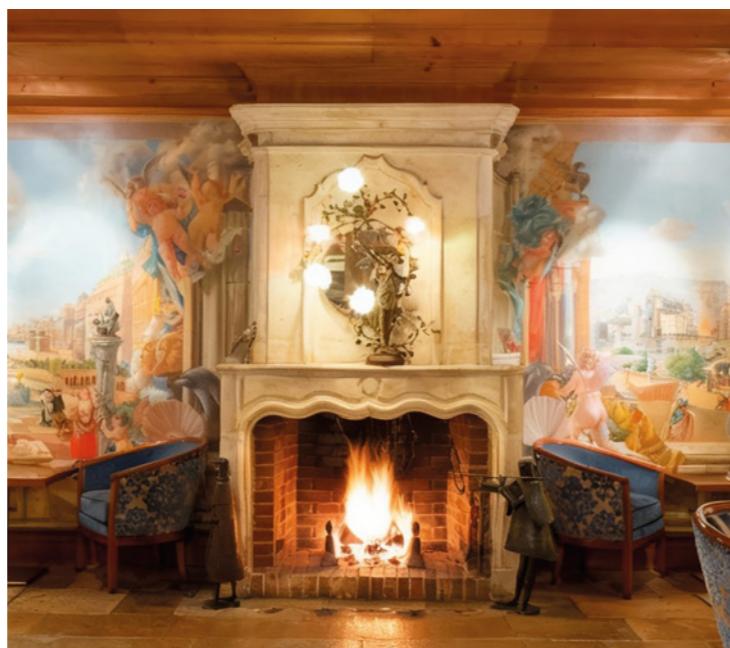
Pour les fêtes, Beau-Rivage Genève se pare de magie et promet une parenthèse élégante et gourmande au cœur de la tradition genevoise.

-/ For the holidays, Beau-Rivage Genève dresses up in magic and promises an elegant and indulgent escape at the heart of Geneva's festive tradition.

Adresse iconique sur les rives du Léman, Beau-Rivage Genève incarne depuis 1865 l'art de vivre genevois. Pour les fêtes, la Maison se pare de magie et invite à découvrir ses menus d'exception, la bûche de Noël signature "Bûchelette" du Chef Pâtissier Kevin Ollivier, et l'élégance intemporelle de ses chambres et suites historiques. Au Rivage Café, le Chef Matthieu Croze célèbre la gastronomie sous toutes ses formes : business lunch en semaine, dîners raffinés, brunchs gourmands, cocktails et tapas à partager dans une ambiance feutrée et chaleureuse. Que l'on y séjourne ou que l'on s'y attarde le temps d'un repas, Beau-Rivage Genève promet une expérience unique, entre raffinement, convivialité et tradition festive.

-/ An iconic address on the shores of Lake Geneva, Beau-Rivage Genève has embodied the art of Geneva living since 1865. For the holidays, the hotel transforms with a touch of magic, inviting guests to discover its exceptional menus, the signature "Bûchelette" Christmas log, and the timeless elegance of its historic rooms and suites. At the Rivage Café, gastronomy is celebrated in all its forms: weekday business lunches, refined dinners, indulgent brunches, cocktails, and shareable tapas in a warm and intimate atmosphere. Whether staying at the hotel or simply enjoying a meal, Beau-Rivage Genève promises a unique experience, combining elegance, conviviality, and festive tradition. [JB]

Beau-Rivage Genève
+41 22 716 66 66
Quai du Mont-Blanc 13, 1201 Genève
beau-rivage.com



Hiver d'exception à la Cigogne

Pour les fêtes, l'Hôtel de la Cigogne enveloppe Genève d'une atmosphère chaleureuse près du feu.

-/ For the holidays, Hôtel de la Cigogne wraps Geneva in a warm atmosphere by the fireside.

Le restaurant de la Cigogne, à la fois intime et accueillant, reflète l'esprit familial de l'hôtel. Un lieu idéal pour partager des instants conviviaux en famille ou entre amis, au cœur de Genève. Découvrez des menus de fêtes exclusifs, qui réinventent les classiques de Noël avec une touche raffinée et créative. Sans oublier les cakes et desserts à savourer au coin du feu, accompagnés d'une boisson réconfortante, tous les jours au lobby. La promesse d'une ambiance festive et réconfortante pour célébrer vos fêtes de fin d'année ! Ouvert tous les jours de 12h à 22h, en service continu.

-/ The restaurant at La Cigogne, both intimate and welcoming, reflects the hotel's family spirit. It is the perfect place to enjoy convivial moments with family or friends in the heart of Geneva. Discover the exclusive holiday menus, which reinvent Christmas classics with a refined and creative touch. Cakes and desserts are also available to enjoy by the fireside, accompanied by a comforting drink, every day in the lobby. A festive and cozy atmosphere awaits to celebrate the holiday season. Open daily from 12 PM to 10 PM, with continuous service. [JB]

Hôtel de la Cigogne
+41 22 818 40 40
Place de Longemalle 15-17, 1204 Genève
relaischateaux.com



LE BANC DE L'ÉCAILLÈRE

Au Royal Savoy Hotel & Spa Lausanne



Le rendez-vous incontournable pour les amateurs de fruits de mer.
Tous les jours de 12h à 21h au Lobby Bar.



ROYAL SAVOY
Hotel & Spa · Lausanne



THE LEADING HOTELS
OF THE WORLD®

Célébrez la fin d'année en beauté

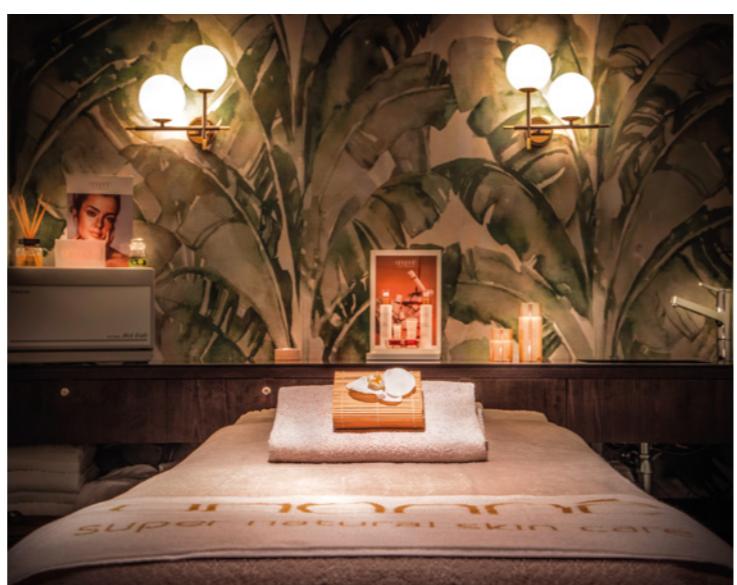
L'occasion parfaite pour se retrouver et célébrer vos réussites.

-/ The perfect opportunity to get together and celebrate your achievements.

Les Hôtels Royal, N'vY et Edelweiss vous invitent à fêter la fin d'année autour de banquets et d'événements sur-mesure, pensés pour vos équipes. Selon le lieu, recevez jusqu'à 230 convives dans des ambiances festives et raffinées. Profitez de cette période pour remercier, partager et rassembler vos collaborateurs dans des cadres uniques.

-/ The Hotel Royal, Hotel N'vY, and Edelweiss Restaurant invite you to celebrate the end of the year with banquets and tailor-made events designed for your teams. Depending on the venue, you can host up to 230 guests in a festive and refined atmosphere. Take advantage of this time of year to thank, share, and bring your employees together in unique settings.

Manotel
Rue Jean Dassier 8, 1201 Genève
+41 22 909 81 81
manotel.com



L'art du bien-être au Bristol

En cette période de fêtes, le Spa de l'Hôtel Bristol Genève invite à la chaleur et à la détente grâce à ses soins sur mesure pour une parenthèse raffinée et sereine.

-/ During this festive season, the Spa at Hôtel Bristol Geneva invites you to warmth and relaxation with its bespoke treatments for a refined and serene escape.

Mise en beauté des mains, soins du visage, massage du corps en solo ou en duo, le Spa de l'Hôtel Bristol Genève propose des soins sur mesure pour un voyage sensoriel unique où sérénité et bien-être sont les maîtres-mots. Équipé d'un hammam, d'un sauna et d'un jacuzzi, cet espace dispose également d'une salle de fitness spacieuse et dotée d'appareils dernière génération de la marque Technogym dédiés au cardio-training et au renforcement musculaire.

Une idée cadeau pour Noël ? Une envie de détox après les fêtes ? Toutes les excuses sont bonnes pour faire plaisir et se faire du bien !

-/ Manicure treatments, facial care, and body massages, whether enjoyed solo or as a duo, the Spa at Hôtel Bristol Geneva offers bespoke treatments for a unique sensory journey where serenity and well-being take center stage. Featuring a hammam, sauna, and jacuzzi, the spa also includes a spacious fitness room equipped with state-of-the-art Technogym machines for cardio and strength training.

Looking for a Christmas gift? Craving a post-holiday detox? Any excuse is good to treat yourself or someone you love!

Le Spa de l'Hôtel Bristol Genève
Ouvert 7/7 de 8h à 23h
+41 22 716 57 00
bristol.ch

Le Petit Chef & friends

New Story

The world's smallest chef is back at the Geneva Marriott Hotel!

Enjoy an unforgettable culinary and entertainment experience, where an exquisite menu comes to life through a fascinating 3D projection. Book your table now and let your imagination transport you to a world of flavors and spectacle!



GENEVA MARRIOTT HOTEL
1 CHEMIN DU RUISEAU
1216 COINTRIN, GENÈVE



De la Haute-Savoie à Maurice

À La Clusaz, le restaurant étoilé Le Cin5 fait voyager tous les sens.

-/ In the heart of La Clusaz, the Michelin-starred Le Cin5 invites diners on a journey that awakens every sense.

Dès le 12 décembre, Le Cin5 rouvre ses portes pour la saison d'hiver. Un voyage entre Haute-Savoie et Île Maurice commence dès les premières notes et senteurs: l'ambiance musicale caresse l'ouïe, la vue s'émerveille devant les produits bruts, et l'odorat se laisse séduire par les épices mauriciennes mêlées aux senteurs de montagne. Textures et contrastes éveillent le toucher et le goût dans des assiettes créatives où le terroir savoyard dialogue avec les trésors de l'océan Indien. Comme une invitation à l'évasion, Vincent Deforce sublime produits locaux et biologiques avec raffinement, offrant une expérience gastronomique étoilée michelin depuis 2024.

-/ Reopening on December 12 for the winter season, Le Cin5 offers an experience that begins long before the first bite. Music drifts softly through the room, the eye lingers on the beauty of raw ingredients, and the air carries a delicate blend of Mauritian spices and crisp mountain aromas. On the plate, textures and contrasts unfold in perfect harmony: a dialogue between the Savoyard terroir and the riches of the Indian Ocean. Chef Vincent Deforce crafts each dish with refinement and a deep respect for local, organic produce, creating a cuisine that is both rooted and adventurous. Awarded its first michelin star in 2024, Le Cin5 offers an exceptional dining experience that celebrates the art of travel through taste.

Restaurant Le Cin5 - Au Cœur du Village**** - Relais & Châteaux
26 Montée du Château, 74220 La Clusaz
+33 4 50 01 50 01
hotel-aucoeurduvillage.fr

Évian en fêtes

L'hiver prend une saveur particulière au Evian Resort, transformant le repas en une invitation à la chaleur et à l'émerveillement.

-/ Winter takes on a special flavor at the Evian Resort, turning each meal into an invitation to warmth and wonder.

Au sein de l'Evian Resort, deux expériences se distinguent en cette fin d'année. La Table Hors-Pistes, dans les jardins de l'Hôtel Royal, plonge les convives dans l'atmosphère chaleureuse d'un chalet alpin, depuis un lodge transparent. Sous un ciel étoilé, savourez un dîner raffiné et féerique. Pour une ambiance plus intime, la Table Privée chez Auguste, à l'Hôtel La Verniaz, accueille les hôtes devant l'ancienne cheminée, pour un repas autour de produits du terroir, de la côte de bœuf au feu de bois à la meule de raclette à partager, alliant convivialité et authenticité.

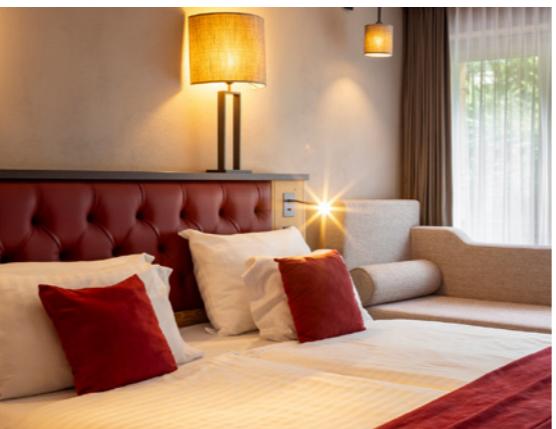
-/ Within the Evian Resort, two experiences stand out this holiday season. La Table Hors-Pistes, nestled in the gardens of Hôtel Royal, immerses guests in the cozy atmosphere of an alpine chalet from a transparent lodge. Beneath a starry sky, savor a refined and enchanting dinner. For a more intimate setting, the Private Table at Chez Auguste, at Hôtel La Verniaz, welcomes guests by the historic fireplace for a meal featuring local specialties, from wood-fired côte de bœuf to a raclette wheel to share, blending conviviality and authenticity.

Evian Resort
+33 4 50 26 85 00
evianresort.com



RESORT
Hotel Cailler
HOTELS · BAINS · MONTAGNES · CHOCOLAT

ÉVADEZ-VOUS



W Verbier, nouvelle table aux sommets

Grillades, tapas signature et desserts saisonniers se dégustent dans un décor élégant et chaleureux à la Brasserie 1519.

-/ Grilled dishes, signature tapas, and seasonal desserts are enjoyed in an elegant and welcoming setting at Brasserie 1519.

Julie Bellotto



Le 4 décembre, à 1 519 d'altitude, la Brasserie 1519 a ouvert ses portes à Verbier, réinventant la gastronomie alpine en y mêlant une touche méditerranéenne. Pensée comme un nouveau lieu signature du W Verbier, l'adresse ambitionne de devenir un point de rencontre incontournable de la station, où l'on vient autant pour la cuisine que pour l'atmosphère.

Le chef étoilé Sergi Arola et Jean-Philippe Dupas, chef exécutif du W Verbier, proposent un menu généreux, composé de grillades au charbon de bois, tapas signature, cassolettes et tartares, tandis que des desserts saisonniers viennent compléter l'expérience. Chaque création reflète le dialogue constant entre traditions alpines et inspirations méditerranéennes.

Tout au long de l'année, les 1519 Circle-Nights, les Apéros Tardeo et diverses collaborations culinaires rythmeront les saisons, offrant un lieu convivial au cœur des montagnes, où se mêlent bonne humeur, musique et moments de partage.

-/ On December 4th, at an altitude of 1,519 meters, Brasserie 1519 opened its doors in Verbier, reinventing alpine cuisine with a Mediterranean touch. Designed as a new signature destination of W Verbier, the restaurant aims to become a must-visit meeting point in the resort, where guests come as much for the food as for the atmosphere.

Michelin-starred Chef Sergi Arola and Jean-Philippe Dupas, Executive Chef of W Verbier, offer a generous menu featuring charcoal-grilled dishes, signature tapas, casseroles, and tartares, while seasonal desserts complete the experience. Each creation reflects a constant dialogue between alpine traditions and Mediterranean inspirations.

Throughout the year, the 1519 Circle Nights, Apéros Tardeo, and various culinary collaborations will mark the seasons, offering a convivial space in the heart of the mountains, where good cheer, music, and shared moments come together.

Brasserie 1519 W Verbier
Rue de Médran 70, 1936 Verbier
+41 274 72 88 88
wverbier-restaurants.com



HÔTEL & SPA
BEAUREGARD ****



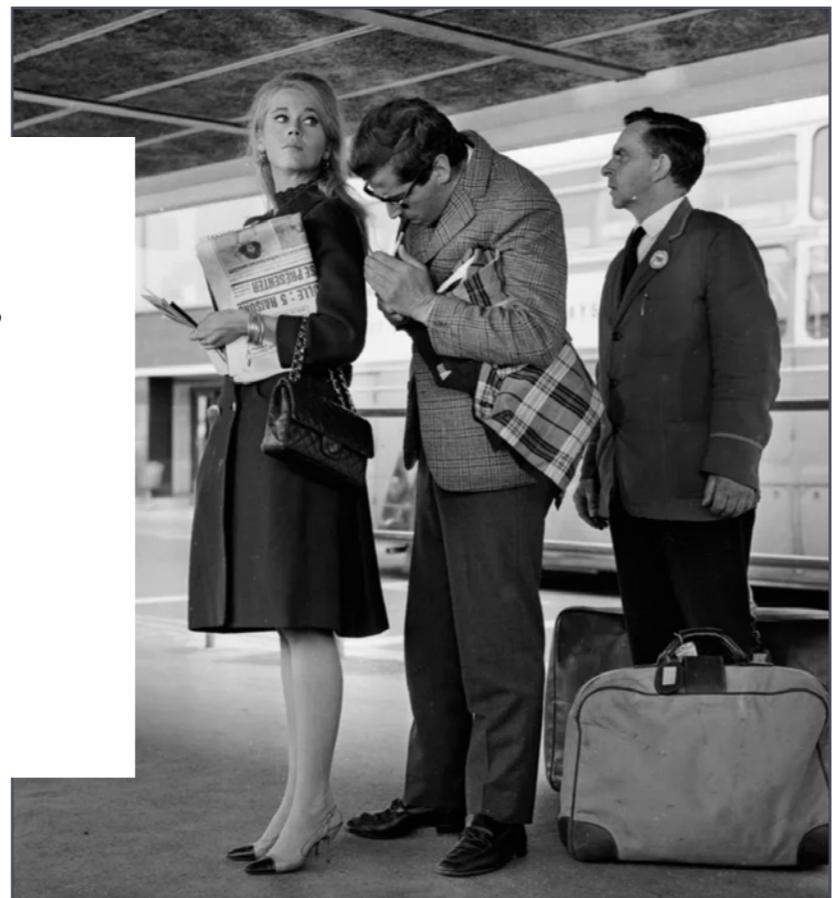
PAS ENCORE
ABONNÉ ?

COTE
MAGAZINE

Afin de ne pas manquer un numéro,
abonnez-vous à COTE Magazine
pour un ou deux ans.

Ou vous pouvez également vous abonner
par e-mail à

info@cote-magazine.ch



Je désire recevoir COTE Magazine Genève pour un an
(7 numéros) au tarif de 69.00 CHF.

Je désire recevoir COTE Magazine Genève pour deux ans
(14 numéros) au tarif de 119.00 CHF.

Nom _____

Prénom _____

Adresse _____

Tél. _____

Email _____

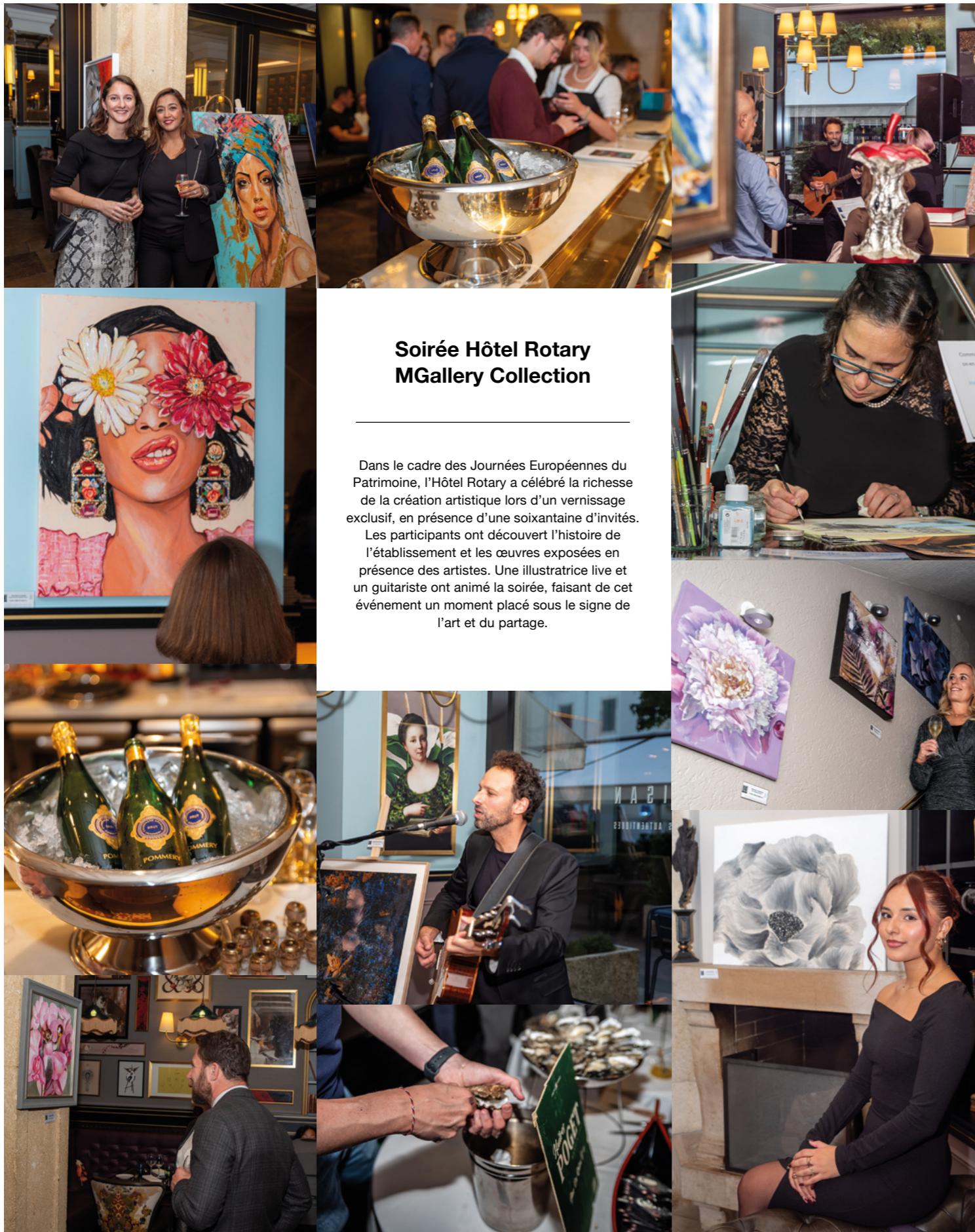
Les Éditions COTE
Service Abonnement
Rue Eugène Marziano, 37
1227 – GENÈVE

TROMBINOSCOTE

REVUE EN IMAGES DES SOIRÉES INCONTOURNABLES PAR NOS «PAPARAZZIS»



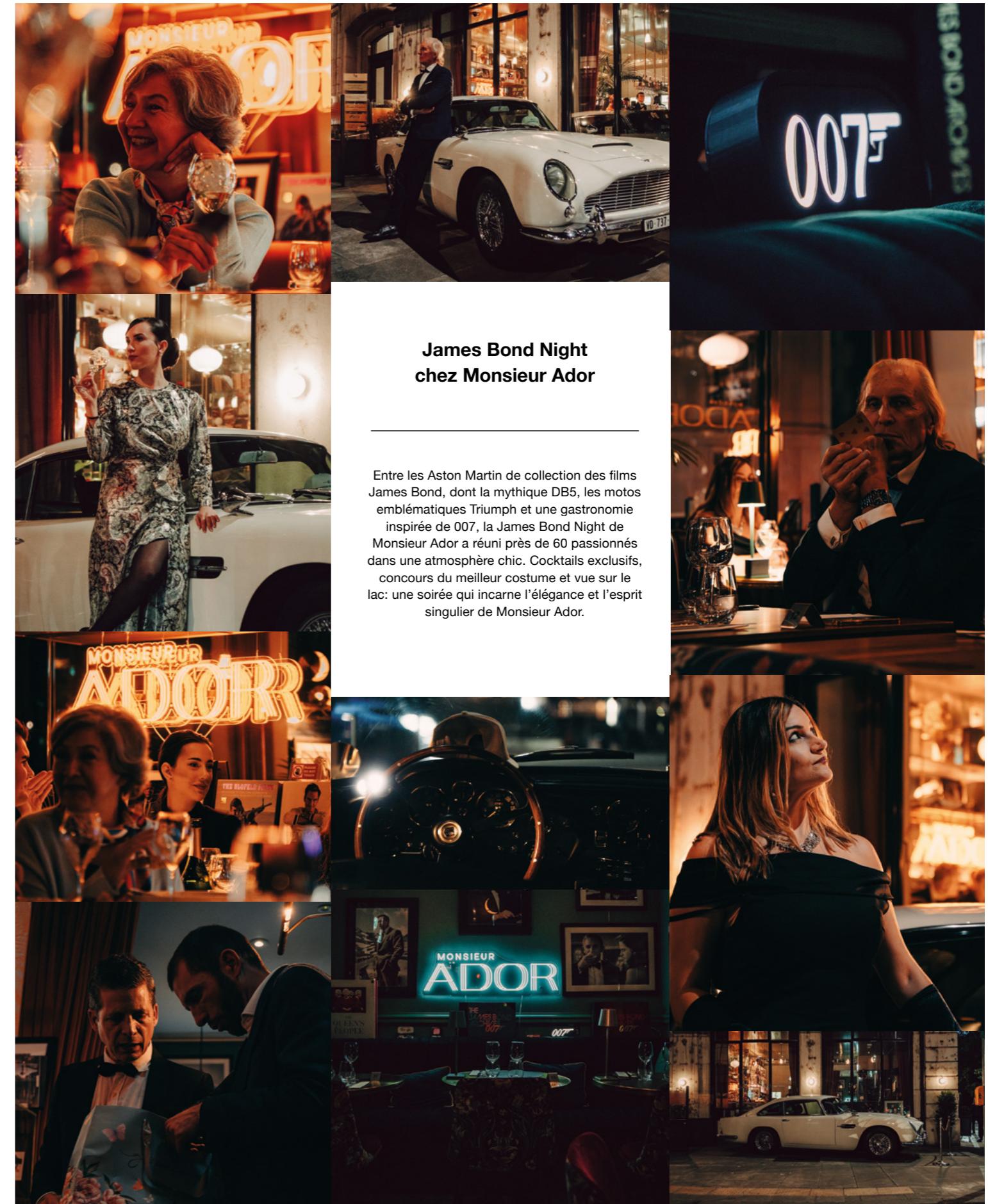
Christmas in the 1950s © Getty Images



Soirée Hôtel Rotary MGallery Collection

Dans le cadre des Journées Européennes du Patrimoine, l'Hôtel Rotary a célébré la richesse de la création artistique lors d'un vernissage exclusif, en présence d'une soixantaine d'invités.

Les participants ont découvert l'histoire de l'établissement et les œuvres exposées en présence des artistes. Une illustratrice live et un guitariste ont animé la soirée, faisant de cet événement un moment placé sous le signe de l'art et du partage.



James Bond Night chez Monsieur Ador

Entre les Aston Martin de collection des films James Bond, dont la mythique DB5, les motos emblématiques Triumph et une gastronomie inspirée de 007, la James Bond Night de Monsieur Ador a réuni près de 60 passionnés dans une atmosphère chic. Cocktails exclusifs, concours du meilleur costume et vue sur le lac: une soirée qui incarne l'élégance et l'esprit singulier de Monsieur Ador.



Pyjama Party chez Sleep Atelier

Le 28 octobre, Hästens et Sleep Atelier ont invité leurs convives à une Pyjama Party placée sous le signe de l'élégance et du bien-être. Dans un cadre intime, les invités ont découvert l'univers Hästens et Sleep Atelier, alliant confort, art de vivre et sommeil de qualité. Entre échanges chaleureux, douceurs délicates et boissons raffinées, chacun a profité d'une expérience sensorielle unique. Une soirée cosy et mémorable, célébrant le luxe du sommeil et la rencontre entre passionnés.



Gala des Grenat

Le 8 octobre à Palexpo, la grande famille Grenat s'est réunie pour célébrer une saison riche en émotions, en engagement et en passion lors de la deuxième édition du Gala des Grenat. Cette soirée mêlait spectacle, humour, danse et musique dans une ambiance festive qui a rendu cette expérience unique. Le Gala des Grenat, c'est aussi un engagement fort, puisque tous les bénéfices ont été reversés aux Académies.

Salon d'Art moderne et contemporain,
du 29 janvier au 1^{er} février 2026, Palexpo



Kristina Bazan x NATKINA

Le 19 novembre au Ritz-Carlton Genève, la maison joaillière NATKINA et Kristina Bazan ont dévoilé leur collection capsule. Tels des talismans modernes, ces pièces ont été inspirées de la symbolique des pierres. Sculptées dans des tons d'or doux et lumineux, elles traduisent l'union délicate entre le savoir-faire suisse de la marque et la poésie spirituelle de Kristina Bazan.

8.

Art Genève
Salon d'Art
29.01–01.02.26



THERE IS ETERNITY IN EVERY BLANCPAIN

The value of authenticity.

Atelier Tourbillon, Blancpain – Le Brassus

Villeret
Collection



Une Villeret est pour l'éternité.

Dotée d'une myriade de complications les plus fascinantes de l'horlogerie, la Villeret est un témoignage authentique du talent de nos horlogers. L'essentiel empreint d'une élégance intemporelle.

IB
1735
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE