COTE MAGAZINE

FRENCHTOUCH
L'excellence du savoir-faire français
THE EXCELLENCE OF FRENCH KNOWHOW

LABEL EPV *La quintessence du luxe*
THE EPV LABEL, QUINTESSENCE OF LUXURY

BACK TO BACCHANTES - **LUXE** & PUB - **RICHARD AVEDON** - PAPA **POULES** - **SPORTIVE &** FAMILIALE - MICHEL **LEBB** & **ACTION** INNOCENCE - **I**PAPE = **STEVE** JOBS - **BENJAMIN** DIAMOND - **DESIGN** MADE IN FRANCE **LONGCHAMP**, A FRENCH **SUCESS STORY** - SPECIAL **CROISIERE** - **TRIENNALE** DE MILAN, **TIME**DESIGN

N° 44 - NOVEMBRE 2011 - CHF 8.50

www.cotemagazine.com

Genève - Nyon - Lausanne - Montreux - Vevey - Neuchâtel - Evian - Annecy - Megève

OMEGA

www.omegawatches.com

PLANET OCEAN

"Standing on the Moon looking back at Earth – this lovely place you just came from – you see all the colours, and you know what they represent. Having left the water planet, with all that water brings to the Earth in terms of colour and abundant life, the absence of water and atmosphere on the desolate surface of the Moon gives rise to a stark contrast."
– Buzz Aldrin, astronaut

OMEGA
swiss made since 1848

Boutiques OMEGA • Rue du Rhône 31 • Genève Aéroport

AP
AUDEMARS PIGUET
Le maître de l'horlogerie depuis 1875

ROYAL OAK OFFSHORE
CHRONOGRAPHE

GENÈVE
BOUTIQUE AUDEMARS PIGUET, PLACE DE LA FUSTERIE 12, TEL. +41 22 319 06 80
MONTRES PRESTIGE, GRAND HÔTEL KEMPINSKI, QUAI DU MONT-BLANC 19, TEL. +41 22 732 83 00

audemarspiguet.com

F.P.JOURNE
Invenit et Fecit

Inventé et manufacturé intégralement dans nos ateliers

fpjourne.com

Grand Prix d'Horlogerie
de Genève

Prix de la Haute Complication · 2010

Chronomètre à Résonance - Réf. RT
Collection Boutique

Mouvement exclusif en Or rose 18 ct.
Boîtier en Or rouge et cadran noir

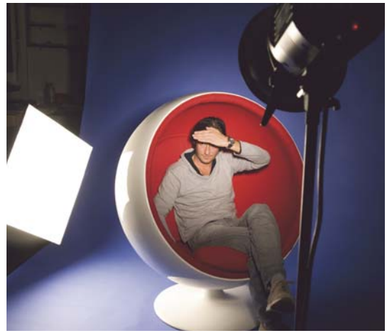
Chronomètre à Résonance - Réf. RT
Calibre 1499.3

Mouvement double,
Double affichage : digital 24h et analogique 12h,
Indicateur de réserve de marche de 40 heures,
Remontage manuel,
299 pièces, 36 rubis, 21'600 Alt/h.

LES BOUTIQUES

GENÈVE 13 Place Longemalle, 1204 Genève, +41 22 810 33 33, geneve@fpjourne.com

PARIS	NEW YORK	TOKYO	BEIJING	HONG KONG
+33 1 42 68 08 00	+1 212 644 5918	+81 3 5468 0931	+86 10 8517 2036	+852 2522 1868



DOMENECH, GENÈSE D'UN DRAME…

-/ DOMENECH: WHEN A DRAMA BECOMES A CRISIS…

HUMEUR Mood

Tout d'abord, ne comptez pas sur moi pour dézinguer Domenech. Quand vous parcourez sa bio, son itinéraire de joueur, puis d'entraîneur, les sentiments qui dominent sont plutôt la miséricorde, la compassion, voire la déprime !

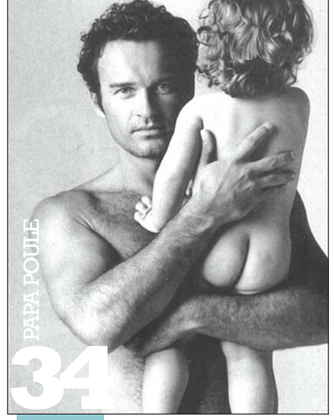
Joueur très moyen, arrière droit au RC Strasbourg, ses camarades le surnomment « Le Boucher »…. Un sobriquet qui récompense à la fois son absence de style et son comportement au sein du Club.
En vérité, la vraie place de Raymond, ce n'est pas arrière droit mais sur la touche : il chauffe le banc des remplaçants comme personne. Malheureusement, durant ces milliers d'heures passées à regarder jouer ses camarades, Raymond va se dire un jour : « Tiens, et si je devenais entraîneur ! »
C'est la genèse du drame.
Le fiasco auquel nous avons assisté durant le dernier Mondial (2010 pour ceux qui n'aiment pas ou plus le foot) prend ici ses racines.

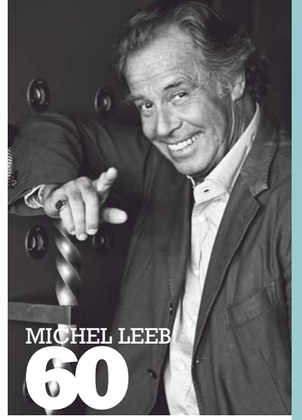
Ensuite, inutile d'avoir fait des études de psychologie pour comprendre : footballeur frustré, Domenech se venge lorsqu'il devient entraîneur. Sous son ère, les meilleurs joueurs ne sont plus forcément sélectionnés et, quand ils le sont, ils ne jouent plus obligatoirement à leur poste : le libéro devient avant-centre, l'arrière gauche, aillier droit. Tout est bon pour déstabiliser l'effectif. La star, le penseur, c'est Domenech !
Parmi ses autres lubies. Gageons qu'il pratique également la sorcellerie en piquant les figurines de ses joueurs : une aiguille dans la tête de Zizou. L'autre dans la main d'Henry… Ainsi quand ces icônes du foot ternissent à jamais leurs image, l'un en assenant un coup de boule, l'autre en marquant avec la main, Raymond exulte !
Bref, n'accablons pas Domenech. Vous l'avez compris, l'ex sélectionneur – tiens, à propos, ne se cacherait-il pas dans nos belles contrées ? - bénéficie de circonstances atténuantes...

-/ First of all, you don't need me to lay into former French football coach Raymond Domenech. You just have to look at his CV as a player and trainer to sink into pity, compassion, even deep depression…

An average player, to say the least – on the defence for RC Strasbourg, his teammates nicknamed him 'the Butcher', in recognition of his complete lack of style, and his behavior at the Club…
Raymond's true place was not on the field, but the substitutes' bench. And inevitably, alas, after so many thousands of hours watching his comrades at play, Raymond thought to himself, 'What if I became a trainer?'
A tragedy waiting to happen…
The fiasco of the last football World Cup in 2010 has its roots here.
As for the rest, you don't need a degree in psychology to see how Domenech, frustrated footballer that he is, took his revenge as coach.
Under his rule, the finest players were not always selected, and when they were, they never played their usual positions… It all seemed calculated to undermine the team's effectiveness – and the real star, the brains behind it all, was Domenech himself!
You might be forgiven for thinking he also stuck pins in little wax figures of his players: one in Zizou's head, another in Henry's hand…
And when the gods of French football tarnished their reputations with a head- or hand-butt, Raymond seemed to gloat!
So don't let's put the boot in for Domenech.
The former selector (say, isn't he rumoured to be hiding out in Switzerland these days?) suffered extenuating circumstances…

HAPPY DIAMONDS COLLECTION
Chopard





RETROUVEZ-NOUS SUR WWW.COTEMAGAZINE.COM

SPÉCIAL FRENCHTOUCH 65 >
Entreprise du patrimoine vivant : Longchamp, Zilli, La quintessence du luxe, Berluti, Boucheron, Chanel, Chaumet, Dior, Hermès, J . M. Weston, K.Jacques, Repetto, Van Cleef & Arpels, Louis Vuitton ; Les créateurs qui montent ; Shooting ; Music, rencontre avec Benjamin Diamond ; S'exporter pour exister ; Gastro : La Chassagnette, Malongo, Puyricard ; Deco : Merci, Ligne Roset ; Design, Une référence made in France ; Paris, escapade chic et insolite
Living Heritage Companies: Longchamp, Zilli, La quintessence du luxe, Berluti, Boucheron, Chanel, Chaumet, Dior, Hermès, J . M. Weston, K.Jacques, Repetto, Van Cleef & Arpels, Louis Vuitton; Fashion designers on the rise!; Shoot; Export or perish!; Gastro: La Chassagnette, Malongo, Puyricard; Deco, MERCI: Paris's iconic concept store, Ligne Roset ; Design, Une référence made in France; A parisian guide to off-beat chic

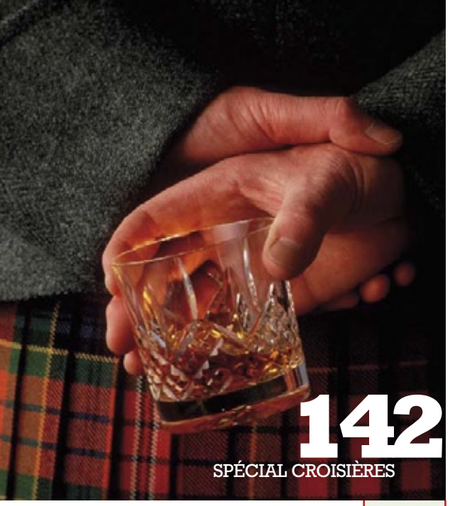
NEWS JET 128 >
64ème convention de la NBAA ; Citation M2 by CESSNA
64th meeting of the NBAA ; Citation M2 by CESSNA

NEWS AUTO 130 >
Salon international de l'automobile Lyon 2011 ; Espace supercar et voitures de prestige
Salon Automobile International; Supercar space and prestige cars

NEWS YACHT 136 >
1, 2, 3 Yacht : L'Eclipse, Le Dubaï, Le Miqrad
1, 2, 3 Yacht : L'Eclipse, Le Dubaï, Le Miqrad

EVASION 138 >
Croisières francophones d'exception
Prestige French-speaking cruises

Les Editions **COTE**
NOVEMBRE 2011


142
SPÉCIAL CROISIÈRES

65
FRENCHTOUCH®

83 Hermès Le Kelly

RETROUVEZ-NOUS SUR WWW.COTEMAGAZINE.COM

RENCONTRE AVEC...
MEET WITH...
58 >
Fawaz Gruosi ; Michel Leeb ; Félix Baumgartner
Fawaz Gruosi; Michel Leeb; Félix Baumgartner

TENDANCE
TRENDS
22 >
Les Clefs d'Or ; La French Touch aux US, David Guetta ; Luxe et Pub ; Richard Avedon ; Ces moches qu'on trouve beaux... ; Back to the bacchantes ; Les stars papa poule ; Sportive et familiale ; Steve Jobs, L'iPape ; O'clock-time design, design time... ; Découvrez le monde onirique de Van Cleef & Arpels ; Entrez dans la vie des Salons Patek Philippe ; Snyper, un concept unique ; Caspita, de l'art à la joaillerie ; Le Beau-Rivage, l'hôtel de toutes les légendes ; Repeat, the real cashmere
The Clefs d'Or; Luxury in Ad-Land; Richard Avedon;Ugly is the new cute...; The must-have moustache; SuperDad; A family friendly sportster; Steves Jobs, death of a genius; O'clock-time, design time...; Live the dreams: Van Cleef & Arpels; Basel 2011; Snyper, a unique concept; Caspita: a world in the image of its maker; Beau Rivage: a hotel of legend; Repeat Cashmere

ECONOMIE
NEWS ECO
132 >
Antonio Calce, nouvel actionnaire de Corum ; John Taylor, l'immobilier de prestige
Crédit Suisse Genève ; Club Med à Valmorel
Antonio Calce: Corum's new shareholder; John Taylor, specialising in prestige property; Credit Suisse Geneva; Club Med in Valmorel

52
LE BEAU-RIVAGE

38
STEVE L'IPAPE

32
Moustaches

Luxe&Pub
24

Merveilleuse *Fée Caresse d'Éole*
Clip, or blanc, Serti Mystérieux rubis et diamants.

Van Cleef & Arpels
Haute Joaillerie, place Vendôme depuis 1906
VC A
www.vancleef-arpels.com

DESIGNER STAIRCASES 156

128 NEWS JET

172

RETROUVEZ-NOUS SUR WWW.COTEMAGAZINE.COM

URBAN AGENDA 155 V5
Les rendez-vous culturels à l'usage de ceux qui veulent sortir intelligent et se cultiver.
Cultural treats for those looking for intelligent entertainment and culture.

NEWS 154 V4
Auctions, Shopping, Polo, High tech, Déco, Beauté, Sortir, Hôtels… des adresses et des suggestions… Auctions, Shopping, Polo, H-tech, Decoration, Beauty, Going out, Hotels…addresses and ideas…

TROMBINOSCOTE COTE'S GALLERY 192 V2
En bref et en images, retour sur les événements qui ont marqué ces dernières semaines à Genève. A look back in pictures to the events that marked the last weeks in Geneva.

Edition : novembre 2011 - N°44
Prochain numéro : 3 décembre 2011

ÉDITEUR : Olivier Cerdan
o.cerdan@cote-magazine.ch
Assisté de Virginie La Marca
v.lamarca@cote-magazine.ch / Tél. +41 22 736 68 80

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : Lionel Yvroux l.yvroux@cote-magazine.ch

RÉDACTEUR EN CHEF : Olivier Cerdan
RÉDACTRICE EN CHEF ADJOINTE : Julie Rovero
j.rovero@cote-magazine.ch - redaction@cote-magazine.ch
Assistée de Gabrielle Carrard
g.carrard@cote-magazine.ch

RESPONSABLE DIFFUSION : Amina Valentini
a.valentini@cote-magazine.ch

RÉDACTION
Edito, Portraits, Interviews: Gabrielle Carrard, Julie Rovero, Olivier Cerdan
Beauté, Autos, Restos, Nuit : Amina Valentini, Gabrielle Carrard, Sophie Gachet
Culture, Economie, Tendances: Virginie La Marca, Raffaele Pracci, Julie Rovero, Paul Herrer, Gabrielle Carrard, Jacob Decasa. Mireille Sartore, Michel Franca, Nathalie Grolimund, Justine Koffi

STUDIO - PAO
Clara Salatko et Mélodie Pépin
pao@cote-magazine.ch

TRADUCTION
Louise Lalaurie Rogers

ABONNEMENT : Dynapresse Marketing SA
Service des abonnements 38, avenue Vibert
Case Postale -1227 Carouge - Genève
contact : abonne@dynapresse.ch

DIRECTRICE DE PUBLICITÉ : Laurence Chalvet
l.chalvet@cote-magazine.ch
CHEF DE PUBLICITÉ : Alexandre Litwin
a.litwin@cote-magazine.ch
DIRECTEUR MARKETING : Nida Wakim
n.wakim@cote-magazine.ch
CHEF DE PUBLICITÉ : Catherine Verdonnet
c.verdonnet@cote-magazine.ch

PHOTOGRAPHES : Denis Hayoun, Point-Of-Views
Johann Sauty, Christian Fosserat, Pierre Orssaud,
Responsable et coordination photographes : Johann Sauty
Johann Sauty, Clément Rousset, Frédéric Lavérriere , Franck Mentha, Stephane Van Hove, Raphaelle Mueller, Fanny Pillonel, Georges Altman, Marion Landon, Carole Théraulaz
DIFFUSION : Les éditions COTE et 77 Logistics

COMPTABILITÉ
AMS CONSEIL

VENDANGES DE GENÈVE® :
Catherine Leopold-Metzger / clm@metleo.ch

LES ÉDITIONS COTE SUISSE :
Dix numéros par an
Siège social : Rue Eugène Marziano, 37
CH 1227 Genève
Tél. +41 22 736 56 56
Fax. +41 22 736 37 38
www.cotemagazine.com

COTE MAGAZINE TICINO ITALIEN/ANGLAIS
Quatre numéros par an
Directrice de la publication : Nuria Bernat
n.bernat@cote-magazine.ch

La reproduction même partielle des articles et illustrations publiés dans COTE est interdite.

Liste diffusion Suisse Romande, Alémanique § Tessin: Sur simple demande
Impression: Edition Cote Suisse / Régis

LES ÉDITIONS COTE
Société Anonyme au capital de 500 000 euros Siège social :
Cap Var, Bât. D2 avenue G. Guynemer,
06700 Saint-Laurent-du-Var
Tél. +33 (0)4 92 12 65 00
Président du directoire :
Claude Henri Menu c.menu@cotemagazine.com
assisté de Nathalie Duchesne
Tél. +33 (0)4 92 12 65 02
n.duchesne@cotemagazine.com

COTE MAGAZINE LA Revue d'azur
Directrice commerciale : Catherine Sarachmann
Tél : +33 (0)4 92 12 65 06

COTE MAGAZINE Marseille Provence
Directrice : Dominique Juan
Tél. +33 (0)4 91 71 86 42

COTE Paris
Directeur délégué d'édition : Eric O'Neill

BEREG Magazine style de vie des Russes en Europe
AMOUAGE Magazine du monde arabe
WAN JIA Magazine chinois
MONTECARLO SOCIETY
Le magazine de Monte-Carlo SBM
Directrice de la publicité : Lina Cappellini
Tél.+33 (0)4 9212 65 24
lina@leseditionscote.com

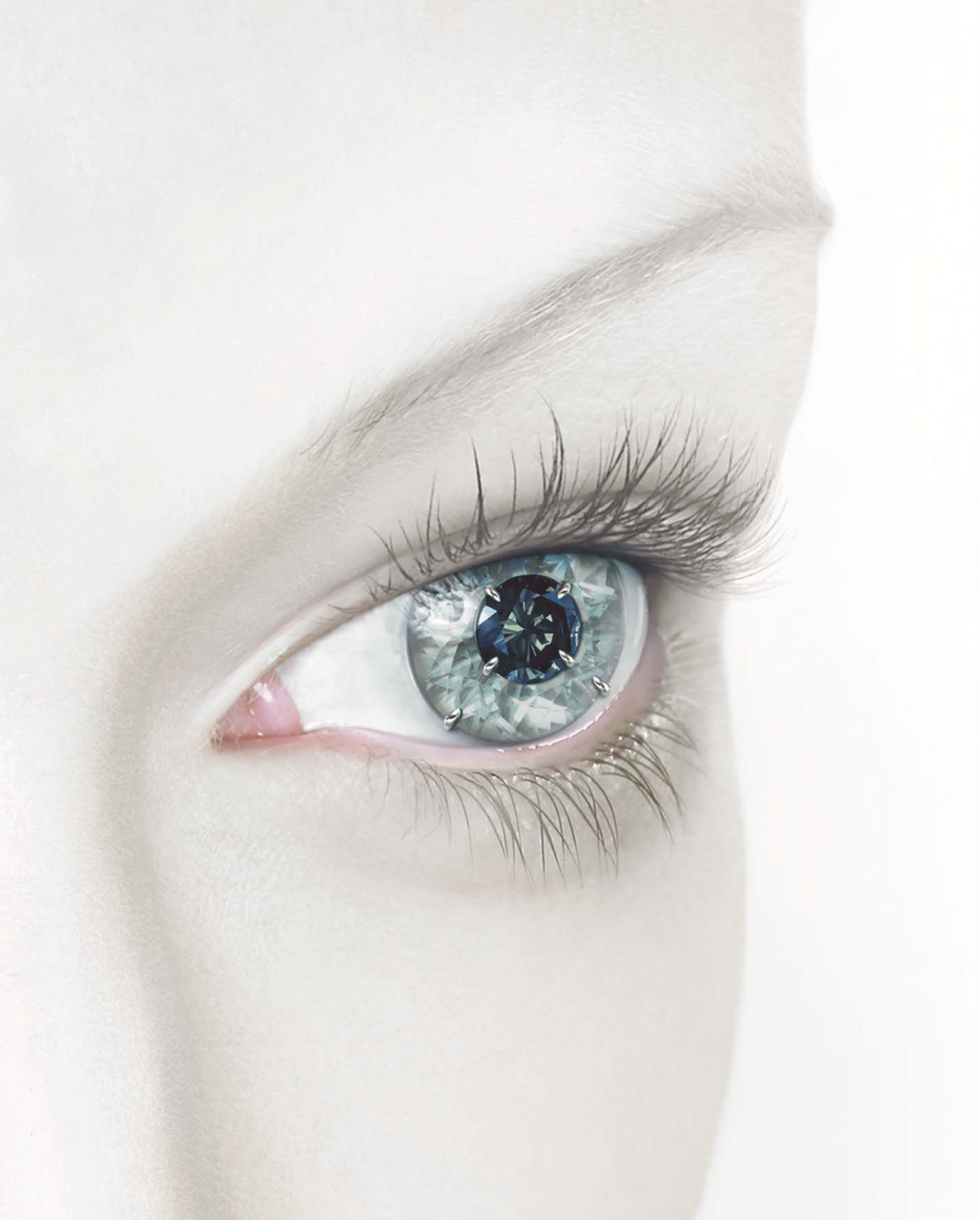
Tirage certifié le 26/10/2011
21'804 exemplaires
Papier provenant de forêts gérées durablement.

Avec le Calibre 01 manufacture, Breitling a créé le plus fiable, le plus précis et le plus performant des mouvements de chronographe automatique – entièrement fabriqué dans ses ateliers et certifié chronomètre par le COSC. Un exploit parfaitement logique pour une marque qui s'est imposée comme la référence absolue dans le domaine du chronographe mécanique.

A L'EMERAUDE
CHRONOMETRIE · JOAILLERIE · DEPUIS 1909
12 PLACE ST-FRANÇOIS · LAUSANNE · TEL 021 312 95 83

BREITLING 1884
INSTRUMENTS FOR PROFESSIONALS™

BREITLING.COM



BOGH-ART

precious pieces of you

BOGH-ART GENÈVE - GRAND HOTEL KEMPINSKI - T: +41 22 900 00 30 - WWW.BOGH-ART.COM

OLIVIER Mazille

Président des Clefs d'Or Genève, La Réserve Genève Hôtel & Spa

-/ Olivier Mazille, President of the Clefs d'Or Genève, La Réserve Genève Hôtel & Spa

Parmi les demandes difficiles, Olivier se souvient d'un client américain très connu (dont nous tairons le nom !) qui avait demandé, à 7h du matin, 5 VTT avec moniteur pour faire une heure de vélo dans la forêt à partir de… 9h. « On a réussi à tenir le challenge, il était ravi ! »

Parmi les rencontres émouvantes, il se souvient de sa rencontre avec Lady Di. « Après une soirée que je lui avais organisée, sans mot dire, elle m'a échangé un sourire sincère de reconnaissance. Je garde ce moment précieux en mémoire. »

Olivier remembers some demanding clients, including a well-known American guest (nameless, bien sûr…) who called down at 7 a.m. looking for five mountain bikes and a guide (also on two wheels), for a forest excursion at 9 a.m. the same day. 'We found them, and a local guide to ride along – he was delighted!' One of his most moving encounters was with the late Princess Diana: 'After an evening reception which I organized for her, she didn't say anything, but gave me a smile of sincere gratitude. It's a precious moment I still treasure.'

OLIVIER MAZILLE EST UN ENFANT DE LA RÉGION. NÉ À ANNECY, IL RENTRE À L'ECOLE HÔTELIÈRE DE GRENOBLE. EN 1982, IL DÉBUTE SA CARRIÈRE EN TANT QUE CHASSEUR VOITURIER AU MAGNIFIQUE RELAIS & CHÂTEAUX, LE CHÂTEAU SAINT-MARTIN À VENCE. « J'Y SUIS RESTÉ 5 ANS ET LA DIRECTRICE GÉNÉRALE M'AVAIT DIT QUE, SANS LE SAVOIR, J'ÉTAIS DÉJÀ CONCIERGE ! J'AI DONC DÉCIDÉ DE SUIVRE UNE FORMATION DE 9 MOIS À L'INSTITUT DE CONCIERGERIE INTERNATIONAL. » -/ OLIVIER MAZILLE WAS BORN AND BRED IN THE GENEVA REGION, BEFORE LEAVING HIS HOME TOWN OF ANNECY FOR THE ECOLE HÔTELIÈRE DE GRENOBLE, AND HIS FIRST STEPS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY AS A VOITURIER AT THE MAGNIFICENT CHÂTEAU SAINT-MARTIN IN VENCE (A MEMBER OF THE RELAIS ET CHÂTEAUX GROUP). 'I SPENT FIVE YEARS THERE, AND THE HOTEL DIRECTOR TOLD ME THAT I WAS ALREADY – WITHOUT KNOWING IT –A NATURAL CONCIERGE! SO I DECIDED TO TAKE A NINE-MONTH TRAINING COURSE AT THE INSTITUT DE CONCIERGERIE INTERNATIONAL.'

En 1987, Olivier Mazille sort major de sa promotion, devient « Clefs d'Or » et les porte fièrement au Château St-Martin. Après près d'un an au Sofitel de Lyon, il accepte un poste de Chef-Concierge pour l'ouverture du prestigieux Lodge Park de Megève.

Le 1er mai 1990, il débute à l'Intercontinental de Genève où il passera 13 ans. Le 1er avril 2003, il pose ses valises à la Réserve : « J'ai tout de suite apprécié le lieu avec ses restaurants magnifiques et son Spa. L'ambiance était aussi très humaine : on se sentait chez quelqu'un plus que dans un hôtel ».

Marié, père et « Clefs d'Or » depuis 24 ans, Olivier concilie sa vie professionnelle et sa vie privée avec brio. « Nous nous sommes rencontrés à l'hôtel, ma femme s'occupait du restaurant. Elle a arrêté de travailler avec l'arrivée de notre fils. Elle m'a toujours soutenu malgré des horaires difficiles… elle connaissait le métier ! ».

In 1987, Olivier Mazille graduated top of his year, joined the profession's prestigious association, the Clefs d'Or, and returned to sport his golden keys lapel pin proudly at the Château St-Martin.

After graduating, he spent almost a year at the Sofitel in Lyon, before accepting a post as Head Concierge for the opening of the renowned Lodge Park in Megève.

On May 1, 1990, he began work at the Geneva Intercontinental, where he spent a total of 13 years. And on April 1, 2003, he moved to La Réserve: 'Straightaway, I fell in love with the establishment, its magnificent restaurants and spa. The atmosphere is very friendly and welcoming: more than guests in a hotel, everyone feels at home.

Olivier is married with children, and has been a member of the Clefs d'Or for 24 years, combining his private and professional lives with aplomb.

'I met my wife at the hotel – she was a manager at the restaurant. She stopped work before giving birth to our son. She has always supported me despite the unsocial hours – she knows the business!'

« Ce que fait Facebook, on le fait depuis 80 ans ! »

-/ 'Facebook? We've been doing it for 80 years!'

Pour Olivier, un concierge est un véritable facilitateur de vie. Le plus important ? Aimer ce qu'on fait, ne jamais s'endormir sur l'acquis et réactualiser les informations en permanence. « Je continue à tester des restaurants pour être certain de connaître au mieux les nouveautés ! ».

Sa grande fierté ? Sa mémoire légendaire : « Je n'oublie jamais un visage, ça fait partie de mon métier ! » Sa maxime ? « Tout voir, tout entendre et ne rien dire ! »

Il constate que le métier a terriblement évolué et notamment avec l'arrivée de l'ordinateur. « Avant, nous devions gérer 300 clefs, un vrai casse-tête ! »

Son objectif ? « Je cherche avant tout à faire plaisir et ma meilleure récompense, c'est quand un client, de retour d'excursion ou de restaurant, me dit « c'est exactement ce que je voulais ! ».

Olivier Mazille considère l'association des Clefs d'or comme une famille au sens noble. « Quand un service m'est demandé par un des membres, je dois me dépasser encore plus… je ne voudrais surtout pas le décevoir ! ».

Outil de travail indispensable, l'association permet d'améliorer l'accueil, de perfectionner nos connaissances et de développer les échanges. « Ce que fait Facebook, on le fait depuis 80 ans ! »

Chaque mois, une réunion est organisée avec les Clefs d'Or de Genève.

« Ces rencontres nous permettent par exemple d'échanger sur nos bonnes ou mauvaises expériences, ou de se rendre service. Plus qu'une association, les Clefs d'or, c'est un état esprit ! »

For Olivier, a concierge is a 'life facilitator' – on hand to 'open doors' (in every sense) and make everything run smoothly.

The most important aspect of the profession? '

To love what you do, never rest on your laurels, and keep up to date with everything and everyone. I always try out new restaurants locally, to be sure to recommend only the best!'

Olivier takes a particular pride is his legendary memory: 'I never forget a face, it's part of the job…' His personal motto? 'See everything, hear everything, and say nothing!'

Olivier recognises that the profession has changed enormously, especially with the advent of computers. 'Managing 300 sets of keys could be a headache! But no longer…'. His aim in the profession today? 'Above all, I aim to please: if a client comes back from an outing or a restaurant and tells me "Thankyou, it's exactly what what I was after" then I've done my job! That's my best reward.'

Olivier Mazille sees the Clefs d'Or association as a professional 'family': 'If another member asks me for help, I go out of my way to be of service – I certainly don't want to disappoint a fellow member.'

The association is a vital tool, he says, helping members to improve services and hospitality, hone their skills and expertise, network and exchange ideas with colleagues. 'Like Facebook – but we've been doing it for 80 years!'

Clefs d'Or Genève organizes monthly meetings.

'The get-togethers enable us to share positive or difficult experiences, help each other out… More than a trade association, the Clefs d'Or is an attitude of mind!'

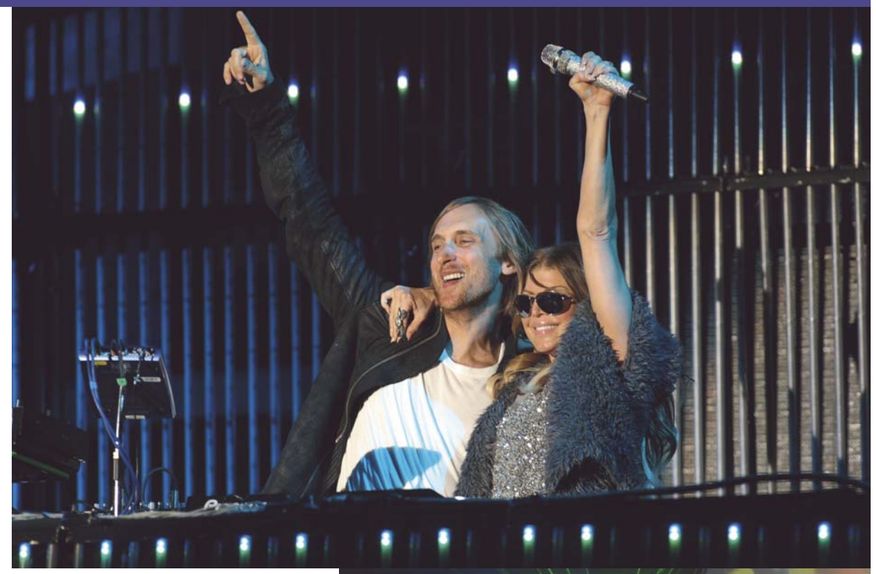
DANIEL
BENJAMIN
GENEVA
Boutique Daniel Benjamin
Genève : rue Céard 5, +41 22 311 36 87
www.danielbenjamin.ch

PAR JULIE ROVERO

La French Touch aux US David Guetta

DAVID GUETTA: THE FRENCH TOUCH GOES STATESIDE

Né à Paris en 1967, David Guetta commence sa carrière de DJ à 17 ans dans les boîtes de nuit parisiennes. Mais très vite, les choses s'accélèrent…David est appelé comme directeur artistique des clubs branchés Parisien comme Les Folies Pigalle, Le Queen ou Le Bataclan. Avec sa femme Cathy, il prend la direction du Pink Paradise, puis du mythique Palace et des Bains Douches ! -/ Born in Paris in 1967, David Guetta began his DJ career in Paris nightclubs at the age of 17. Things moved fast after that… David was called in as artistic director for some of Paris's hippest clubs: Les Folies Pigalle, Le Queen and Le Bataclan. With his wife Cathy, he took the helm at the Pink Paradise, the legendary Palace, and the Bains Douches.



2002 - Les premiers pas de DJ star
Davis Guetta abandonne la direction de clubs pour la production de musique et de soirées. Il lance sa première *F*** me I'm Famous* à Ibiza en 2003 et commence à faire des sets à travers le monde.

2008 - A la conquête des US
Boudé par les professionnels et journalistes français, David Guetta traverse l'Atlantique et multiplie les collaborations avec des artistes R&B : Rihanna, Snoop Dogg, Black Eyed Peas ou Akon… Il gagne deux Grammy Awards mais aucune Victoire de la Musique en France.

Après la French Touch Underground, place aux People !
Souvent prénommé le Luc Besson de l'electro, il aime les paillettes, voyage en jet ou fait de la pub pour L'Oréal. Loin des Daft Punk cachés sous leurs casques, les Guetta se retrouvent souvent à la Une des magazines People. Décrié par la presse mais adulé par ses fans, David Guetta c'est aujourd'hui 17 millions de singles vendus et plus de 24 millions de fans Facebook… et toujours le sourire !

-/ 2002 – First steps as a star DJ

Davis Guetta gave up managing night clubs to concentrate on his parallel career as a music producer, and special events maestro. He launched Ibiza's first *F*** me I'm Famous* event in 2003, and began performing sets worldwide.

2008 – Conquering the States
Snubbed by music professionals and journalists in his native France, Guetta crossed the Pond to collaborate with top R&B artists including Rihanna, Snoop Dogg, the Black Eyed Peas and Akon… He has won two Grammys, but has never been recognised in France's Victoires de la Musique.

After the French Touch Underground, Guetta joins the A list…
Often nicknamed the Luc Besson of electro, Guetta loves glitz, globetrotting in private jets, and shooting ads for L'Oréal. The antithesis of Daft Punk, hidden under their helmets, Guetta often makes the cover of celeb magazines around the world. Disparaged in the press, but adored by his fans, Guetta has sold a cool 17 million singles to date, with 24 million fans on Facebook – no wonder he's still smiling!

Seules les fortes personnalités savent intégrer harmonieusement les innovations.

Nouvelle 911 : L'identité Porsche.

En avant première, dès le 3 décembre, découvrez-la dans votre Centre Porsche Genève.

PORSCHE

Centre Porsche Genève

Orchid Sports Car SA
Impasse Colombelle 2
1218 Le Grand Saconnex-Genève
Tél. 022 79 911 20
Fax 022 79 911 30
www.porsche-geneve.ch

PORSCHE INTELLIGENT PERFORMANCE

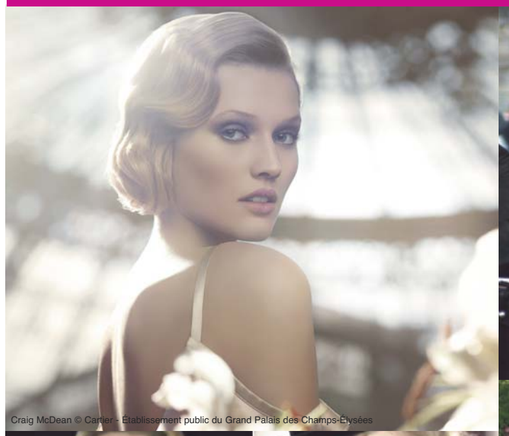
Carrera - Puissance du moteur: 257 kW (350ch). Consommation normalisée de carburant: mixte 9,01l/100 km. Émissions CO_2: 212 g/km. Carrera S - Puissance du moteur: 294 kW (400 ch). Consommation normalisée de carburant: mixte 9,5 l/100 km. Émissions CO_2: 224 g/km. Valeur CO_2 moyenne de tous les véhicules neufs proposés en Suisse: 188 g/km. Catégorie de rendement énergétique: G.

PAR JULIE ROVERO

LUXE ET PUB

LUXURY IN AD-LAND!

Pour vendre leurs produits, Chanel, Dior, Piaget, Cartier, Tag Heuer et quelques autres investissent dans de somptueuses campagnes de publicité. Enquête sur un phénomène.-/ Ad campaigns from the likes of Chanel, Dior, Piaget, Cartier and Tag Heuer are as stylish and glamourous as their products. COTE reports on a growing phenomenon.



Craig McDean © Cartier - Etablissement public du Grand Palais des Champs-Elysées

J'adore de Dior : rock'n roll et vintage !

-/ J'adore by Dior: vintage rock'n roll!

Jean-Jacques Annaud signe le dernier film de J'adore de Dior. Le réalisateur français filme Charlize Theron dans les préparatifs d'un défilé au château de Versailles, le tout rythmé par le bit très rock du groupe Gossip. On aime : les stars défuntes (Marlyn, Marlène Dietrich ou Grace Kelly) qui revivent le temps du spot ! -/ Jean-Jacques Annaud is the author of Dior's latest clip for its fabulous fragrance J'adore. The French director films Charlize Theron behind the scenes at a catwalk show in the Palace of Versailles, all to a soundtrack courtesy of rock group Gossip. Look out for the amazing resurrections of dead stars: Marilyn, Marlène Dietrich, and Grace Kelly.

Baiser volé de Cartier : danse envoûtante au Grand Palais -/ Baiser volé by Cartier: a magical dance at the Grand Palais

Sur une musique cinématographique du coréen Lee Byeong-Woo, un homme et une femme (le mannequin allemand Toni Garrn) entrent dans une danse sensuelle sous la coupole féérique du Grand Palais à Paris. Baiser volé, un parfum de passion retranscrit avec une élégance signée Cartier. -/ To cinematic music by Korean composer, a man and woman (German model Toni Garrn) begin a sensual dance beneath the glass dome of the Grand Palais in Paris. Baiser volé is a perfume of passion, underscored with an essential touch of Cartier elegance.

Piaget, nouvelle campagne de pub : un comte glamour et poétique -/ Piaget: a new campaign full of fairy-tale glamour and poetry

Après Pierre & Gilles, Piaget change d'ambiance avec Tim Walker. Le réalisateur anglais met en scène Sasha Pivovarova dans quatre tableaux vivants pour sublimer les collections Limelight, Possession et Piaget Rose.
En brune ou en blonde, le modèle russe joue la princesse dans un monde enchanteur et incarne à merveille la femme Piaget aux multiples facettes. -/ After Pierre & Gilles, Piaget ops for a change of tone, with Tim Walker. The English director presents Sasha Pivarova in four living tableaux highlighting the house's Limelight, Possession and Piaget Rose collections. With hair variously brown and blond, the Russian top model plays princesses in an enchanted world, perfectly embodying the multi-faceted Piaget woman.

Fait: Les familles grandissent.
Question: et si leurs investissements en faisaient autant?

Asset Management
Wealth Management
Asset Services

Banquiers privés depuis 1805

Genève Lausanne Zurich Bâle Londres
Luxembourg Francfort Paris Madrid Barcelone
Turin Milan Rome Florence Dubai Singapour
Hong Kong Tokyo Montréal Nassau
www.pictet.com

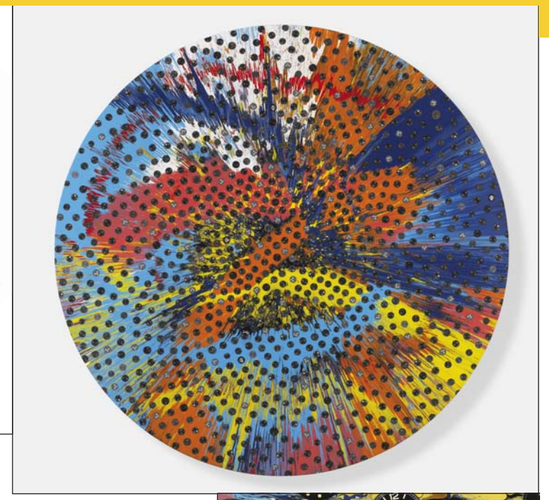
PICTET
1805
Esprit d'indépendance

« O'Clock - time design, design time »

TRIENNALE DE MILAN - 11 OCTOBRE 2011 AU 8 JANVIER 2012

Si le lien entre le concept du temps et une manufacture horlogère suisse est évident, il en est de même du lien entre Panerai, société du Groupe Richemont depuis 1997, et le monde du design. C'est pourquoi, Officine Panerai est le principal partenaire de « O'Clock – time design, design time » à Milan. -/ There's a natural link between the concept of time, and a Swiss watch Manufacture. And by the same token there's a natural link, too, between Panerai (a member of the Richemont Group since 1997) and the world of design. Hence Officine Panerai's role as the principal partner in the exhibition: *O'Clock – time design, design time.*

2 - Traversé le temps
Urquiola Patricia,
La macchina del tempo



Exposition sous l'égide de Silvana Annicchiarico et de Jan van Rossem, excuser nous du peu, l'exposition analyse la relation entre le concept du temps et celui du design. Les oeuvres exposées – avec une installation spéciale de Patricia Urquiola – décrivent la façon dont quelques 80 designers et artistes internationaux interprètent ou représentent l'un des thèmes fondamentaux de notre culture, celui du temps. L'expo s'articule ainsi autour de **3 thèmes** fédérateurs, à savoir ;

- Les œuvres qui mesurent le temps
- Les œuvres qui traversent et se font traverser par le temps
- Les œuvres qui incluent la notion de temps

-/ Curated by Silvana Annicchiarico and Jan van Rossem, the exhibition explores the relationship between time and design. The works on show – including a special installation in situ by Patricia Urquiola – present interpretations on the fundamental theme of time, by some 80 designers and international artists.
Organised into three sections, the show features:
- Artworks that measure time
- Artworks that journey through time, and are traversed by time.
- Artworks that incorporate the concept of time.

1 - Mesure du temps
Le Moigne Nicolas, Switzerland, Public Clock, Elettronica del Omega - Bienne, 2005-2006

Officine Panerai & Damien Hirst
À l'occasion de l'exposition « O'Clock - time design, design time », l'artiste britannique Damien Hirst qui, à plusieurs occasions dans le passé a inclus des montres Panerai dans ses réalisations ; présente deux oeuvres réalisées à l'aide de la technique de spin painting, de cadrans de montres Panerai et de peinture laque sur toile : Beautiful Sunflower Panerai Painting et Beautiful Fractional Sunflower Panerai Painting.
-/ British artist Damien Hirst – who has incorporated Panerai watches into his installation on several occasions in the past – is launching two new works created specially for the show O'Clock - time design, design time. Beautiful Sunflower Panerai Painting and Beautiful Fractional Sunflower Panerai Painting use the technique of spin painting, incorporating Panerai watch dials and lacquered paint on canvas:

2 - Traversé le temps
Hirst Damien,
DHS 15458
Beautiful Sunflower Panerai Painting

3 - Représentation du temps
Joevelluto, Time o Time, JVLT/JoeVelluto Studio, 2008

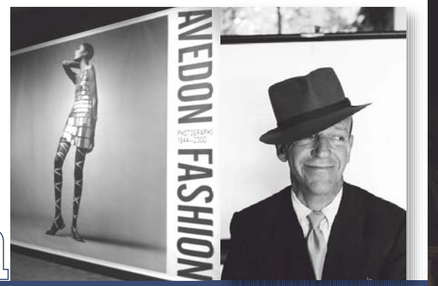
3 - Représentation du temps
Baas Maarten, Grandfather s Clock (Real Time), Baas & den Herder BV, 2009

OFFICINE PANERAI

LUMINOR MARINA 1950 3 DAYS – 47 MM
Présentée pour la première fois à l'exposition « O'Clock - time design, design time », la Luminor Marina 1950 3 Days - 47mm (PAM00422) illustre parfaitement l'alliance du design et de la technique incarnée par les montres Panerai. Celle-ci abrite le nouveau mouvement maison P.3001 (heures, minutes, petites secondes à neuf heures, et indicateur de réserve de marche de 3 jours sur le fond) et se caractérise par un boîtier spécial Luminor 1950 avec une carrure à pointes, qui s'inspire d'un modèle rare des années 1940 constituant une phase intermédiaire dans le passage du boîtier Radiomir au boîtier Luminor.
-/ Presented for the first time at O'Clock - time design, design time, the 47-mm Luminor Marina 1950 3 Days (PAM00422) perfectly illustrates the blend of design and technicity embodied in Panerai watches. The new model contains a house P.3001 movement (hours, minutes and seconds at 9 o'clock, and a three-day power reserve indicator against the ground), in a special Luminor 1950 case, with a three-point middle inspired by a rare 1940s model, marking an intermediary stage in the transition from the Radiomir case, to the Luminor.

Triennale Design Museum
La Triennale di Milano
Viale Alemagna, 6
20121 Milano
T. +39 02 72 43 41
www.triennale.it

PAR AMINA VALENTINI



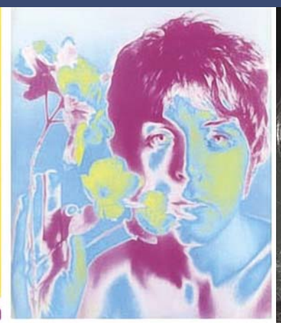
Richard Avedon

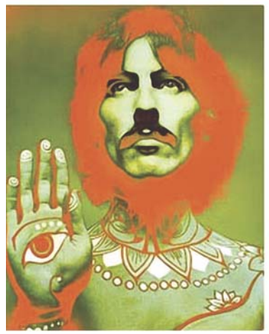
RICHARD AVEDON

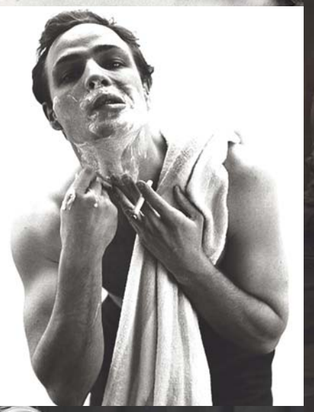
Richard Avedon a révolutionné la photographie de mode et de portrait noir et blanc de personnalités. L'artiste américain s'est aussi appliqué à d'autres genres comme la photographie-reportage toujours avec la même intensité. Ses thèmes de prédilection ? La beauté, le pouvoir, l'époque ou l'identité. Artiste prolifique, il a terriblement modifié les frontières entre les nombreux genres photographiques. -/ Richard Avedon revolutionised fashion photography, made black-and-white celebrity portraiture an art form all his own, and applied his talents to photo-reportage, with the same passion. A prolific artist exploring beauty, power, the spirit of the age and the nature of identity, his work broke the boundaries between photographic genres, changing the medium forever…

En 1942, il commence sa carrière professionnelle comme photographe dans la marine marchande américaine. En 1945, il monte son propre studio et travaille en tant que photographe indépendant pour divers magazines. La force de Richard Avedon réside dans la prise des modèles en mouvement, en les provoquant à apparaître curieux, autoritaires, indisciplinés, rayonnants, et vivants. Conscient de la mélancolie inhérente à la nature éphémère d'une grande beauté, les photographies incisives d'Avedon ont cristallisé des moments transitoires de grâce. Sa patte ? Savoir marier une fantaisie irrésistible avec un réalisme tenace. La galerie Gagossian présente une exposition des premières photograpies de mode de Richard Avedon. Cette sélection reprend une série choisie par l'artiste lui-même en1978 pour le portfolio Avedon/Paris, à la veille d'une exposition rétrospective de son travail de mode au Metropolitan Museum of Art.-/ Avedon began his career in 1942, as a photographer with the US Merchant Navy. In 1945, he established his own studio, and worked as a freelance photographer for a number of magazines. Richard Avedon's strength was his ability to picture his subjects in action, capturing lively attitudes and expressions – his models look curious, authoritarian, unruly,

The Beatles, London, August 11, 1967







radiant, alive… Conscious of the inherent melancholy in the ephemeral nature of exceptional beauty, Avedon's incisive photographs crystallise transitory moments of grace. His signature? Knowing how to combine an irresistible touch of whimsy or fantasy, with tenacious realism. Galerie Gagossian presents an exhibition of Ricahrd Avdeon's early fashion photographs. The selection is based on a series chosen by the artist himself, in 1978, for the portfolio Avedon/Paris, on the eve of a major retrospective of his fashion photography at the Metropolitan Museum of Art, in New York.

Galerie Gagossian, 19 place Longemalle - 1204 Genève, www.gagosian.com

ROGER DUBUIS
HORLOGER GENEVOIS

Entrez dans un monde incroyable

Compter le temps ne se fera plus jamais comme avant. Roger Dubuis ouvre les portes de la créativité d'exception. La Monégasque joue la sophistication précise de celui qui mise l'élégance en toute circonstance. Ici, la plus haute qualité horlogère rencontre une inventivité exceptionnelle. Seuls les mouvements Roger Dubuis portent tous le poinçon de Genève, label d'excellence qui célèbre cette année son 125ème anniversaire.

Boutique Roger Dubuis, 3 rue du Rhône, Genève +41 (22) 321 28 28 - www.rogerdubuis.com

LA MONEGASQUE

Creative Center In-House

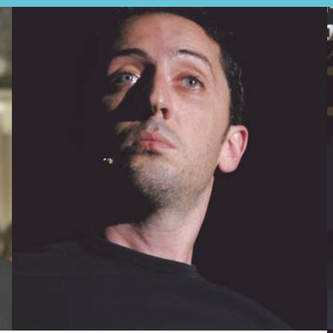
PAR JACOB DECASA

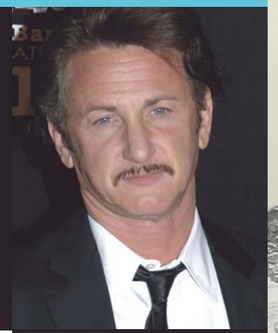
CES MOCHES QU'ON TROUVE **BEAUX...**

UGLY IS THE NEW CUTE…

Nous avons une théorie selon laquelle le moche a dû développer, pour pouvoir se reproduire, des qualités supérieures à celle de la moyenne humaine, un peu comme un aveugle développerait, par compensation, son sens de l'ouïe ou de l'odorat. Avant de commencer, mettons donc au point le concept ensemble : nous entendons par "moche" cette catégorie d'hommes dont une certaine déficience physique n'entame en rien l'excitation qu'ils provoquent chez la gent féminine, pour d'autres raisons : leur charme, leur humour, leur cynisme, etc... Forcément, nous n'allions pas nous fendre d'un article sur les moches abrutis qui ont le sex appeal d'une rognure d'ongle.

-/ There's an evolutionary theory that people whose looks are – how can we put this? – a little 'left-field', have had to develop superior qualities in other areas, in order to reproduce. In the same way that visually-impaired people, for example, often have remarkable hearing, or an acute sense of smell. You know the type – men whose dishevelled features offer (let's be frank) scant competition to the George Clooneys and Jean Dujardins of this world, but which in no way detract from their extraordinary appeal to the female sex – an appeal rooted in their charm, sense of humour, wise-cracking cynicism, etc.





Chris Noth

Là, on est en désaccord avec les filles de la rédac. Personnellement, je ne le trouve même pas moche-beau, je le trouve juste moche. Bref, je me fais le porte-parole de leur discours : Chris Noth alias Mr Big dans la série *Sex and the city* est l'idéal masculin de l'héroïne, Carrie Bradshaw (encore une moche qu'on trouve belle). Et cela tient à un trait de caractère précis : Mr Big est insaisissable ! ... Moche ou beau, intelligent ou stupide, drôle ou pas, il suffit qu'un homme nous échappe pour qu'on ait envie de l'attraper.

-/ OK, the jury's out on this one… I beg to disagree with the ladies in the COTE editorial office – Noth isn't 'ugly-handsome', he's just 'plain' ugly. But I'm told that Mr Big from Sex in the City is heroine Carrie Bradshaw's ideal man (I will refrain from pointing out that in all honesty, it takes one to fancy one…) for one reason alone: he's inscrutable! Ugly or cute, smart or dumb, funny or NOT? A man just needs a certain slippery elusiveness for a woman to see him as a prime catch…reason to buy one!

Adrien Brody

Si Adrien Brody n'avait pas été acteur, il est probable qu'aucune d'entre vous ne se serait retournée en le croisant dans la rue. Nous citerons, pour finir, une réplique de Penélope Cruz adressée à Adrien Brody dans le film *Manolete* (un sacré navet !!) : "You're the most beautiful ugly man I've ever seen" -/ If Adrien Brody hadn't become an actor, none of you would give him a second glance on the street. But to quote Penelope Cruz, addressing Brody in the (woeful) film A Matador's Mistress, 'You're the most beautiful ugly man I've ever seen.'

Gad Elmaleh

L'humour rend beau, c'est un fait (Desproges était très séduisant, Jamel Debbouze a réussi à épouser Mélissa Theuriau, etc.). A celles qui rétorqueront : "Bah non, puisque Jean-Marie Bigard est moche", je rappellerais que Jean-Marie Bigard n'a effectivement pas de beaux traits, mais qu'il n'a pas d'humour non plus. Dans cette catégorie de moches, Gad Elmaleh est indéniablement le plus beau. -/ Funny men are wildly attractive, as every woman knows (French comic Desproges was fabulously sexy, Jamel Debbouze turned down Mélissa Theuriau's proposal of marriage…). And to ladies who protest, 'Not so: Jean-Marie Bigard's so ugly' I reply, 'Indeed, and he's extremely unfunny, too…' My personal No.1 in the 'ugly-but-funny-hence-cute' charts? Gad Elmaleh. Who else?

Sean Penn

Je ne sais pas si c'est spécifique à mon entourage ou si c'est un gène universellement répandu, mais c'est fou le nombre d'hommes qui ont "des airs de Sean Penn". Et par association d'idées, on pare les sosies des qualités du modèle. A la moindre ressemblance seanpennienne, j'attribue à un homme une classe monumentale. Parce que c'est ça, Sean Penn, en deux mots : la classe. -/ I don't know if there's something about the people I hang out with, or if it's a more universal phenomenon, but it's extraordinary the number of men who are regularly told, 'You look a little like Sean Penn.' And who therefore find themselves, by association, in possession of what is (to my mind) that essential Sean Pennian attribute: more than a touch of true class.

Yvan Attal

Yvan Attal ne pouvait pas être absent de ce diapo. L'expression "il a une gueule" semble avoir été conçue sur mesure pour lui. Bref, le charisme d'un homme tient souvent à un léger strabisme...-/ We couldn't possibly leave Yvan Attal out of the line-up. Il a une gueule, as the wonderful French expression goes – a face of character, no contest. And all the charisma of a man with a slight turn in one eye…

Votre confiance au sommet
Your trust at the summit

Société de conseil financier basée à Genève, **Erainvest** met l'ensemble de ses capacités d'accompagnement et d'assistance à disposition de sa clientèle. Avec le souci d'un professionnalisme exigeant, elle œuvre à faire prospérer votre patrimoine vers les sommets, là où la lumière donne toute sa vigueur à l'edelweiss, symbole de l'excellence suisse.

Erainvest offre tous les avantages d'un multi-Family Office efficace, mettant son savoir-faire, ses compétences et son réseau au service d'une gestion globale rigoureuse, discrète et transparente.

N'hésitez pas à nous contacter,
nous placerons votre confiance au sommet.

A financial advisory company based in Geneva, **Erainvest** puts all its support and assistance capabilities at the disposal of its clients. With the prudence born of demanding professionalism, it works to make your assets grow towards the summits, there where the light transmits all its energy to the edelweiss, symbol of Swiss excellence.

Erainvest offers all the advantages of an efficient multi-family office, putting all its know-how, competences and network at the service rigorous, discreet and transparent global asset management.

Do not hesitate to contact us,
we put your trust at the summit.

erainvest

Rue Henri-Blanvalet 15
CH - 1207 Genève

t +41 (0)22 827 27 80
f +41 (0)22 827 27 81

erainvest.com

PAR JUSTINE KOFFI

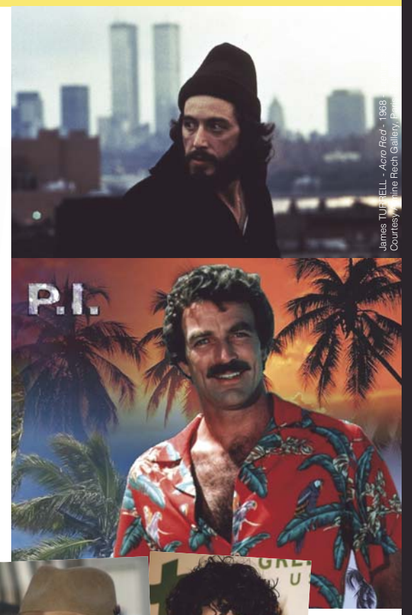
MOUSTACHE POETIQUE

BACK TO BACCHANTES

THE MUST-HAVE MOUSTACHE…

La Moustache fut longtemps un des attributs de pouvoir dans les premières sociétés patriarcales, le propre du mâle dominant. L'arborer revenait à affirmer son statut social. Au fil du temps, la moustache se réinvente, sans jamais vraiment tomber en désuétude. Cet attribut fait aujourd'hui son grand come back chez les stars ou dans la rue. Petit tour d'horizon du renouveau hype de ce symbole masculin.

-/ The moustache has had a checkered history, to say the least, but the much-contested mouthpiece has always been associated with dominant male power in patriarchal societies. With its perennial ability to reinvent itself and reappear on the world's top lips, the 'mo', cookie-duster, lady-tickler – call it what you will – is back!



James TURRELL - *Acro Red* - 1968
Courtesy Lorraine Rech Gallery, Paris

Alors, la moustache, nouveau symbole de virilité ?

Pionniers de la tendance, les people ont définitivement adopté la moustache. Johnny Depp depuis longtemps. Brad Pitt, James Franco et Jean Dujardin tout récemment. Pour les hommes, porter la moustache est une des seules façons de se singulariser et de vraiment mettre son visage en valeur. " Alors, la moustache, nouveau symbole de virilité ? " Oui, répond Bernard Andrieu, philosophe spécialiste des questions liées au corps, car elle permet de se démarquer dans une société qui valorise l'androgynie. C'est se réapproprier les codes d'une masculinité idéalisée, revendiquer un certain goût du détail et de la coquetterie. " Les marques de vêtements se sont emparées du phénomène. La griffe de T-shirts Eleven Paris la plaque sur les visages de Kate Moss, de Barack Obama ou de Lady Gaga. Chez TopShop, on trouve carrément des colliers moustache. La moustache est devenue une manière d'afficher humour, dérision et second degré ", décrypte Bernard Andrieu. Gràce à ses soirées thématiques, le Paris Moustache Club réunit quant à lui près de 5 800 fans sur Facebook. Alors, on se laisse pouss-tache ?

-/ New man? New moustache!

Trend-setting celebs have been busy re-garnishing their top lips this year, from Johnny Depp , to Brad Pitt, James Franco and (most recently) Jean Dujardin. Growing a 'tache is one way for a man to stand out in the crowd, offset his features and express his personality. So is the moustache the new virility symbol? 'Yes,' says Bernard Andrieu, a philosopher specialising in matters relating to the human body. 'it helps a person stand out in a society that favours the androgynous look. It's a way of reappropriating an idealized concept of masculinity, asserting your attentiveness to detail, a certain seductive charm.' Fashion labels have taken the 'tache and run with it, too: T-shirt brand Eleven Paris has slapped it on the faces of Kate Moss, Barack Obama and Lady Gaga, and Top Shop even sells cute necklaces with Groucho-Marx-style 'specs and moustache' pendants. 'The moustache has become a way of expressing an off-beat, ironic sense of humour,' says Bernard Andrieu. Themed nights at the Paris Moustache Club have even attracted 5,800 fans on Facebook. So grow one now before the cookie(duster) crumbles!

GP
GIRARD-PERREGAUX
CELEBRATING 220 YEARS

GIRARD-PERREGAUX 1966
Calendrier annuel et équation du temps

Boîtier en or rose, fond saphir,
Mouvement mécanique à remontage automatique Girard-Perregaux.
Heure, minute, petite seconde, calendrier annuel et équation du temps.

BOUTIQUE GIRARD-PERREGAUX - GSTAAD | ASCONA - HERSCHMANN | BASEL - BUCHERER | BERN - BUCHERER | CRANS-MONTANA - HERITAGE MONTRES & BIJOUX | DAVOS - BUCHERER | GENEVE - BMP MONTRES PRESTIGE, BUCHERER, LES AMBASSADEURS, JEAN-JACQUES ZBINDEN, AIR WATCH CENTER | INTERLAKEN - BUCHERER | LAUSANNE - BUCHERER | LOCARNO - BUCHERER | LUGANO - BUCHERER, LES AMBASSADEURS | LUZERN - BUCHERER, EMBASSY | SAMNAUN - HANGL | ST-GALLEN - BUCHERER | ST-MORITZ - BUCHERER, LES AMBASSADEURS | VEVEY - MEYLAN | ZERMATT - BUCHERER | ZÜRICH - BUCHERER, LES AMBASSADEURS

www.girard-perregaux.com

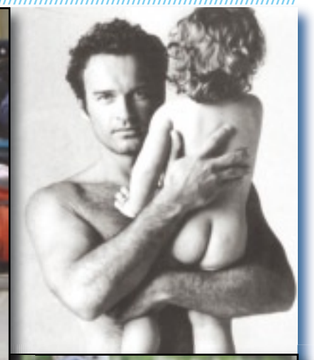
PAR AMINA VALENTINI

Les stars PAPA POULE

GIRL POWER!

Les stars en papa attentionné et dynamique, voilà la nouvelle tendance. Les couples avec quatre enfants ou plus sont de plus en plus fashion à Hollywood. Parmi eux, Brad Pitt et Angelina Jolie, le chanteur Seal et le top model Heidi Klum et tout récemment le footballeur David Beckham et sa femme Victoria... Tous ont la fibre maternelle !

-/ Family life goes to Hollywood… and Tinsel Town's male stars are vying with each other for the title of SuperDad. Families are the latest Big Thing, with stars like Brangelina, Seal and top model Heidi Klum, or the Beckhams happily heading tribes of four or more…



Brad Pitt

Acteur et sex-symbol, Brad Pitt sait également jouer les bons pères de famille. Il s'occupe de sa petite tribu tel un véritable papa poule. Aujourd'hui, avec six bambins au compteur, Brad Pitt est un homme presque normal !

-/ Actor and sex-symbol Brad Pitt has embraced the role of Model Dad, staying home when required to take care of all the little Jolie-Pitts (six to date). Guaranteed to bring the star down to Earth!

David Beckham

David Beckham en bon entraîneur est complétement gaga de ses enfants. La sitcom américaine Who's the boss ? (Madame est servie) a déteint sur lui !

-/ David Beckham is a doting Dad with a team of offspring in training… Shades of America's favourite Eighties sitcom Who's the Boss?...

Jude Law

Jude Law n'est pas QUE le beau mec qui nous fait totalement fantasmer, il faut bien l'avouer, Jude est surtout un papa attentionné.

-/ OK, so Jude Law is a loving and attentive father. But we can still fantasize, can't we?

Seal

Encore un papa avec quatre enfants... Promenade, jeux, découvertes dans la nature avec ses enfants. -/ Britain's pop, rock soul'n'house superstar likes nothing more that country walks, games and nature trails with the kids.

VHERNIER
ITALIAN TRADITION FOR UNIQUE JEWELLERY

VHERNIER BOUTIQUE - 19 Place Longemalle, Genève
BIJOUTERIE ZBINDEN - 46 Grand'Rue, Montreux - 6 Rue Coutance, Genève

vhernier.com
MILAN - ROME - FLORENCE - VENICE - CAPRI - ANACAPRI - PARIS - MOSCOW - ATHENS - BEVERLY HILLS - MIAMI

PAR JACOB DECASA

SPORTIVE & FAMILIALE

A FAMILY-FRIENDLY SPORTSTER ?

Aston Martin Rapide, Porsche Panamera Turbo S, Mercedes CLS (en AMG) et Audi A7RS - et bientôt Bentley avec la GT 4 portes - sont aujourd'hui les représentantes de ces coupés berlinisés, qui allient Grand Tourisme tout en préservant un sens de l'accueil quasi familial. -/ The Aston Martin Rapide, Porsche Panamera Turbo S, Mercedes CLS (AMG version) and Audi A7RS – and soon even the four-door Bentley GT – are eminent examples of a new blend of roadster, the Grand Touring sports saloon-cum-family-mover…

Porsche Panamera Turbo S

Cette nouvelle Panamera Turbo S se dote d'un V8 biturbo de 550 ch.

L' amélioration par rapport à la Panamera Turbo s'explique principalement par deux nouveautés technologiques : des turbocompresseurs optimisés équipés de turbines en alliage titane-aluminium ainsi qu'un calculateur amélioré pour la gestion moteur. Sur le plan des performances, la Turbo S atteint ainsi les 100 km/h en 3,8 secondes grâce à la fonction Launch Control — ce qui en fait la première berline de série franchissant le 0 à 100km/h en moins de 4 secondes. Côté carburant, une consommation mixte de 11,5 litres aux 100 km. L'habitacle, lui, se dote d'une finition cuir bicolore de série alors qu'une nouvelle combinaison Noir/Crème est proposée en exclusivité ainsi qu'un duo Gris Quartz/Crème. -/ The new Panamera Turbo S is fitted with a 550 hp bi-turbo V8 engine. Two techno-innovations distinguish it from the Panamera Turbo – the optimised turbo compressors fitted with turbines in titanium/aluminium alloy, and an enhanced calculator for engine management. In performance terms, the Turbo S reaches 100 km/h in 3.8 seconds thanks to the Launch Control function, making this the first series saloon to go from 0 to 100 km/h in less than four seconds. The mixed-consumption motor covers 100 kms on 11.5 litres of fuel, and the interior is finished in two-tone leather with an exclusive black/cream combination out now, before the launch of the quartz grey/cream combo later this autumn.

Aston Martin Rapide

Il faut remonter au début des années soixante pour retrouver une Aston Martin quatre portes. Il s'agissait de la Lagonda Rapide, commercialisée à 55 exemplaires. La nouvelle mouture est certes, une quatre portes, tout en exhibant le bloc V12 6.0 litres de la DB9, développant prêt de 500ch. Côté habitacle, les designers ont collaboré avec le joaillier Jaeger-LeCoultre pour mettre au point le tableau de bord et l'habillage de l'instrumentation, c'est du grand art, un raffinement qu'on ne retrouvera pas ailleurs. Ce dernier répond aux exigences de luxe et de confort propres à la maison Aston Martin. -/ The last time Aston Martin made a four-door car was back in the early Sixties. The

Lagonda Rapide retailed in a strictly limited edition of 55… The new version has four doors, like its short-lived ancestor, but it also has the V12 six-litre engine block of a DBP, and almost 500 hp. Inside, the design team have collaborated with Jaeger-LeCoultre to develop a state-of-the-art dashboard of unrivalled artistry and sophistication: the ultimate expression of Aston Martin's signature commitment to luxury and comfort.

Un air de Bentley Continental GT

La niche « coupé-4 portes» est devenue un segment à part entière, Bentley se pencherait sur la question. Sur les premières esquisses diffusées par nos confrères d'Autoexpress, on remarque très nettement le lien de parenté avec la toute récente Bentley Continental GT. Coté gabarit, cette coupé 4 portes se situerait entre la Bentley Continental GT et la Bentley Mulsanne. Pour produire ce futur coupé 4 portes, Bentley irait piocher chez son cousin germain Audi. Ainsi, le châssis utilisé par la marque britannique serait celui de l'Audi A7 Sportback. Et sous le capot, on retrouverait un moteur V8 4.0l turbo co-développé par Bentley et ... Audi ! Quoiqu'il en soit, l'arrivée d'un coupé-4 portes Bentley ne devrait pas intervenir avant 2013. Les choses prennent leur temps à Crewe, et la gamme Continental n'a même pas encore été entièrement remaniée.

-/ The four-door coupé has become a niche segment all of its own, and Bentley have been giving it some thought. Early sketch designs published in Autoexpress show a clear family resemblance to the recent Bentley Continental GT. Size-wise, the four-door coupé fits neatly between the Bentley Continental GHT and the Bentley Mulsanne. And to manufacture the future model, Bentley will be borrowing bits and pieces from its close cousin, Audi – both owned by the Volkswagen Group. The Bentley's chassis will come from the Audi A7 Sportback, while under the hood, we find the V8 4.01 turbo engine co-developed by Bentley and… Audi! Whatever happens, a Bentley four-dour coupé is unlikely to hit the road before 2013. While Crewe cogitates, there's plenty to be getting on with: the Continental range is still waiting to complete its makeover.

BORN BY PASSION
BOVET
1822

CHRONOGRAPH CAMBIANO
DESIGNED BY pininfarina
THE FIRST FULLY CONVERTIBLE
AUTOMATIC CHRONOGRAPH

62 +41 22 318 62 22
+41 44 227 17 17
WWW.LESAMBASSADEURS.CH
5 +41 91 923 51 56
+41 81 833 51 77

BOVET FLEURIER SWITZERLAND
FOUNDING MEMBER OF THE QUALITY FLEURIER CERTIFICATION AND PARTNER OF THE FONDATION DE LA HAUTE HORLOGERIE
BOVET.COM

PAR LA RÉDACTION

STEVE JOBS L'iPape

STEVE JOBS, DEATH OF A GENIUS

D'Apple, il était le visionnaire, le génie !

Steve Jobs, mort d'un génie
-/ Steve Jobs, death of a genius

Chacune de ses annonces dans la Silicon Valley, dans son sous-pull noir à col roulé, était attendue par tout le monde de la high tech comme une nouvelle innovation capitale.
Mais mercredi soir, Steve Jobs aura dû céder face à la maladie. Dans un communiqué publié vers 20 heures, heure de New York, Apple a annoncé que son co-fondateur était mort, à 56 ans. La nouvelle n'a pas surpris tous les fans d'Apple. Jobs, qui se battait contre un cancer du pancréas depuis plusieurs années, avait démissionné en août de son poste de directeur général de la compagnie, pour laisser la place à Tim Cook, son numéro deux. Personnage singulier, il avait révélé un jour qu'un voyage en Inde en sac à dos et la consommation importante de drogues de toutes sortes, l'avaient aidé à créer **"sa vision artistique"**.
Visionnaire à fort caractère, fondateur avec son compère Steve Wozniak d'Apple le 1er avril 1976, Jobs sera finalement évincé d'Apple en 1986. Il créera alors les fameux studios Pixar...
Puis Jobs revient dans la compagnie de Cupertino en 1996. Il sera alors le principal instigateur derrière la révolution d'Apple avec le lancement de l'iMac, de l'iPod, de l'iPhone et de l'iPad. Avec la création des comptes Itunes également qui offre une alternative payante au piratage de la musique sur Internet, il révolutionne le monde de la musique et crée un nouveau modèle économique.
.-/ Every one of his presentations – in his trademark black roll-neck sweater and jeans – was eagerly anticipated in Silicon Valley, as the dawn of a new era. The announcement of his death was greeted by Apple fans – and the world in general – as the end of another. The 56-year-old innovator and entrepreneur had succumbed to pancreatic cancer after a long fight, having resigned as Apple's CEO in August 2011, and appointed Tim Cook, his second-in-command, to take the helm. Jobs was not your average CEO – he freely admitted taking drugs of all kinds on a back-packing trip to India, an experience he claimed had helped forge his 'artistic vision'. His strength of character, too, perhaps. In 1986, when Jobs was forced out of Apple, the company he had co-founded with his friend Steve Wozniak on April 1, 1976, he set up Pixar Studios instead…

Then returned to Apple HQ in Cupertino ten years later, in 1996. As the main driver of the 'Apple revolution', he launched the iMac, iPod, iPhone and iPad. iTunes offered a paid alternative to pirated music via Internet, revolutionising the music world and creating a new economic model.

PRIX PHOTO 2011
FONDATION BAT SWITZERLAND
MY WORLD IS YOUR WORLD
EXPOSITION 18.11. – 10.12.2011, KORNHAUSFORUM, BERNE
FONDATION BRITISH AMERICAN TOBACCO SWITZERLAND
WWW.PRIXPHOTO.CH
FORMELDREI

PAR JUSTINE KOFFI

ENTREZ DANS LE MONDE ONIRIQUE DE VAN CLEEF & ARPELS

LIVE THE DREAM: VAN CLEEF & ARPELS

Les Complications Poétiques de Van Cleef & Arpels déposent dans leur sillon extase et émerveillement : mettre la mécanique au service d'une interprétation lyrique, d'une belle histoire à raconter autour du temps.-/ The Poetic Complications by Van Cleef & Arpels are a source of wonder and delight, with mechanical movements designed to support lyrical, whimsical displays

Complication Poétique De la Terre à la Lune
Poetic Complication From the Earth to the Moon
© Van Cleef & Arpels
Boîtier en or blanc 42 mm. Email champlevé, jade noire, agate, et météorites. Mouvement mécanique Heures Minutes rétrogrades. Bracelet Alligator, boucle déployante or blanc. Edition numérotée.
-/ 42 mm white gold case. Champleve enamel, black jade, agate and meteorites. Mechanical movement Retrograde Hours and Minutes. Alligator strap, white gold folding buckle. Numbered edition.

Le modèle nouveau « De la Terre à la Lune »

-/ The new model From the Earth to the Moon

Offre des ornements d'une minutie extrême avec ses reproductions de météorites intra-cadran ou encore le travail de l'émail paillonné aux camailleux d'orangés, symbole d'une lune éternelle. Van Cleef & Arpels se plaît à jouer les marchands de rêves. Un garde-temps cosmique !. -/ The new model From the Earth to the Moon features minutely detailed decorations (reproductions of meteorites on the two dials), and sparkling enamel work in a palette of reds and oranges, symbolising the eternal beauty of the moon. A cosmic timepiece with a dream-like charm all its own.

Lady Arpels motif Cassiopée
Lady Arpels Cassiopeia decor
Boîtier en or blanc 38mm, serti de diamants. Email champlevé, émail vallonné, sculpture sur or, marqueterie de pierre, diamants. Mouvement mécanique 830 P. Bracelet Alligator, boucle ardillon en or blanc et diamants. Edition limitée à 22 pièces.
-/ Case in white gold 38mm, set with diamonds. Champlevé enamel, vallonné enamel, gold sculpting, hard stone marquetry, stone setting. Mechanical 830 P Movement. Alligator strap, white gold and round diamonds pin buckle. Limited edition to 22 pieces.

Cadrans Extraordinaires et constellations

Avec ses nouveaux Cadrans Extraordinaires, Van Cleef & Arpels propose des interprétations empreintes de poésie de constellations mythiques. Au nombre de quatre, c'est avec le même souci du détail que ces garde-temps ont été conçus. Une collection - en édition limitée de 22 pièces pour chaque modèle - qui invite à l'évasion. -/ Van Cleef and Arpels's new Cadrans Extraordinaires offer poetic interpretations of four legendary constellations, created with the same minute attention to detail. Each piece comes in a strictly limited issue of 22: a superb collection, guaranteed to take you to the stars….

Lady Arpels motif Paon
Lady Arpels Pavo decor
© Van Cleef & Arpels
Lady Arpels motif Paon - dessin gouaché
-/ Lady Arpels Pavo decor - gouaché design

YOUR OWN PRIVATE AIRLINE
+41 (0) 22 750 11 11
NETJETS
NETJETS, LA SEULE COMPAGNIE AÉRIENNE
DANS LAQUELLE VOUS VOUDREZ ACQUÉRIR UNE PART
UNE COMPAGNIE AÉRIENNE BIEN QUE POUR VOUS. NETJETS EUROPE EST L'AGENT DE MARKETING ET DE COMMERCIALISATION DE NETJETS TRANSPORTES AEREOS S.A. UN TRANSPORTEUR AÉRIEN DE LUXE
E-MAILS SENT TO THIS E-MAIL ADDRESS WILL BE VIEWED BY NETJETS AND "COTE GENEVE" FOR THE PURPOSE OF MONITORING REFERRALS.
En achetant une simple part d'un avion NetJets,
vous avez accès à plus de 800 appareils dans le monde.
Seul NetJets associe pour vous les dimensions,
la sécurité et le service d'une grande compagnie commerciale
à la souplesse et la réactivité de l'aviation d'affaires.
COTEGENEVE@NETJETSEUROPE.COM

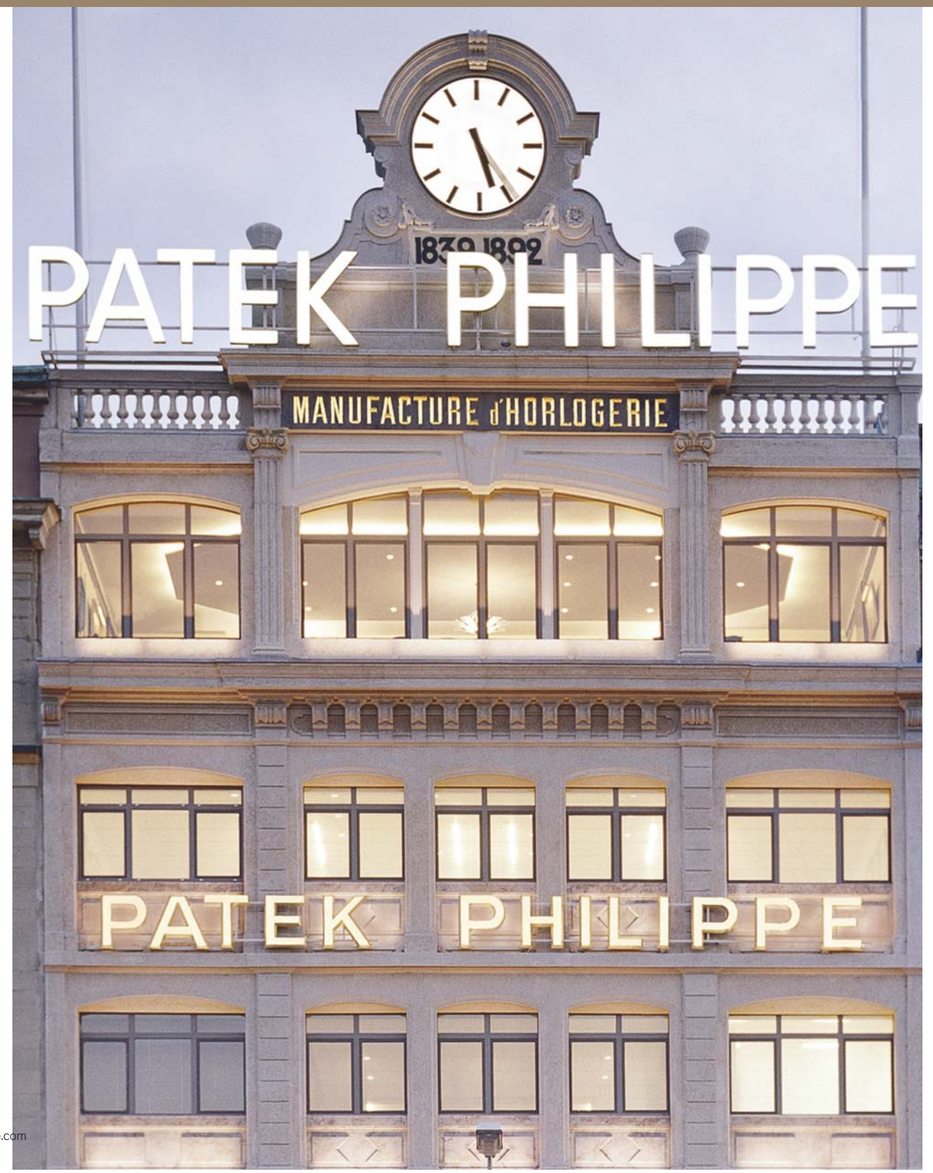
PAR GABRIELLE CARRARD

LES SALONS PATEK PHILIPPE REÇOIVENT

AT HOME WITH THE SALONS PATEK PHILIPPE

Situé entre la rue du Rhône et le quai Général-Guisan, le siège historique de Patek Philippe abrite des Salons entièrement repensés à l'image de la marque. Alliant tradition et innovation, *les Salons Patek Philippe* sont désireux d'offrir à leurs clients un environnement d'exception, à la hauteur de l'excellence de ses garde-temps.

-/ Between rue du Rhône and the quai Général-Guisan, Patek Philippe's historic headquarters are the home of the famous Salons, completely remodelled and restored to reflect the brand's essential image. Combining tradition and innovation, the Salons Patek Philippe are designed to offer clients an exceptional environment reflecting the excellence and beauty of every Patek timepiece.



PATEK PHILIPPE
GENEVE

L'histoire des Salons en quelques dates...

-/ Key dates in the history of the Salons...

Manufacture Patek Philippe, 1855

Manufacture Patek Philippe, 1892

Musée Patek Philippe

1839 : La Maison Patek Philippe est fondée par Antoine Norbert de Patek et François Czapek.

1845 : Jean Adrien Philippe se joint à Antoine Norbert de Patek (après sa séparation d'avec François Czapek), la Maison devient alors « Patek et Co ».

1851 : Le 1er janvier, Patek & Co est rebaptisé Patek-Philippe & Co.

1853 : Patek Philippe s'installe à son emplacement actuel, Quai Général-Guisan (anciennement baptisé Grand-Quai)

1892 : Victime de son succès, Patek Philippe s'agrandit et mandate le célèbre architecte Jacques Elisée-Goss pour rénover l'immeuble, selon une conception à l'avant-garde de la technologie. Il fut le maître d'œuvre de l'Hôtel National (1875), du futur Palais Wilson à l'époque et du Grand-Théâtre en 1876.

1932 : Les frères Jean et Charles Stern deviennent propriétaires de Patek Philippe.

1996 : L'intégralité de la production et de l'administration est regroupée sous le toit du site de Plan-Les-Ouates à la périphérie de la Ville.

2001 : Les pièces historiques et les archives de la Manufacture sont réunies au Patek Philippe Museum, rue des Vieux-Grenadiers.

2006 : Après deux ans de travaux et un réaménagement complet de son centre historique situé au cœur de la Ville, Patek Philippe a dévoilé ses nouveaux Salons Patek Philippe.

1839 : Founding of the House of Patek Philippe by Antoine Norbert de Patek and François Czapek.

1845 : Jean Adrien Philippe joins Antoine Norbert de Patek (following the latter's split with François Czapek) : the house becomes 'Patek et Co'.

1851 : 1 January, Patek & Co is renamed Patek-Philippe & Co.

1853 : Patek Philippe moves to its current location on Quai Général-Guisan (formerly the Grand-Quai)

1892 : Success brings a need to expand, and Patek Philippe commissions celebrated architect Jacques Elisée-Goss to renovate the building, using the latest avant-garde techniques. Elisée-Goss was architect-in-chief at the Hôtel National (1875), the future Palais Wilson, and the Grand-Théâtre in 1876.

1932 : Brothers Jean and Charles Stern secured ownership of Patek Philippe.

1996 : The house's entire production and administrative departments were moved to the Plan-les-Ouates site, on the edge of Geneva.

2001 : Historic timepieces, and the Manufacture's archives, were moved to the Patek Philippe Museum on rue des Vieux-Grenadiers.

2006 : After two years of work, and comprehensive renovation at the historic city-centre headquarters, Patek Philippe unveiled the new Salons Patek Philippe.

LES SALONS PATEK PHILIPPE

EVENTS AT THE SALONS

Aujourd'hui classé monument historique, l'immeuble Patek Philippe incarne un véritable écrin visant à éveiller les sens.
Conçu jusque dans ses moindres détails comme un hymne à l'art horloger, les Salons conjuguent parfaitement tradition, innovation technique et élégance.

-/ Now classed as a historic monument, the Patek Philippe building offers a stunning setting designed to appeal to all the senses. Conceived to the last detail as a tribute to the fine art of the measurement of time, the Salons are a perfect blend of tradition, innovation, technicity and elegance.

Désormais établi sur deux niveaux, les Salons et leur vue imprenable sur la rade se composent d'un salon historique Napoléon III minutieusement rénové ainsi que d'espaces modulables destinés à des expositions ou des événements ponctuels.
Le spécialiste en cuirs de Cordoue, le restaurateur des luminaires du Château de Versailles, le chef décorateur et collaborateur régulier d'une grande chorégraphe et l'artiste parfumeur genevois Daniel André… sont les talents qui ont contribué à diffuser l'identité d'une marque dédiée à l'excellence.

Patek Philippe se dévoile…

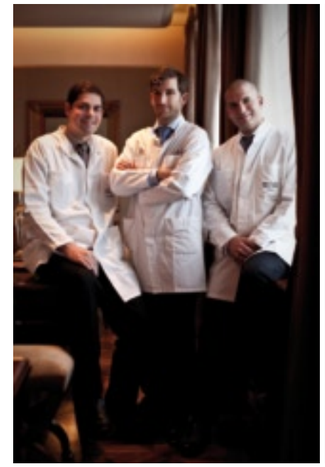
« Acquérir une Patek Philippe, c'est entrer dans l'univers d'une Manufacture familiale où, de père en fils, chaque génération s'attache à perpétuer un héritage unique. »

Si la Manufacture Patek Philippe s'attache à revivifier un patrimoine unique, c'est avant tout par souci de pérennité, de continuité et de confiance.
Destinés aux clients de la Maison, les Salons réservent des moments privilégiés entre ses clients et la grande famille Patek Philippe.
Sous la direction de M. Patrick Cremers, chaque collaborateur a été spécialement formé pour répondre aux passionnés de Haute Horlogerie.
Autour d'un déjeuner ou lors d'un moment convivial, les clients Patek Philippe sont invités à rencontrer un expert de la Manufacture chargé de leur transmettre les valeurs de la marque à travers des thèmes historiques, des récits de voyage ou d'un simple échange entre passionnés.

En guise de remerciements et afin de perpétuer la tradition Patek Philippe, les Salons s'habillent et se transforment de couleurs et d'enchantement pour faire voyager, le temps d'une soirée, sa fidèle clientèle locale.

Lorsque les Salons se muent, l'équipe Patek Philippe - composée de Madame Petra de Castro, responsable des relations clientèles et relations extérieures, de M. Patrick Cremers, directeur des Salons de Genève et membre du Comité de création de la Manufacture à Plan-les-Ouates, et Madame Colin-Sannino, directrice-adjointe - orchestrent avec passion événements, expositions temporaires ou déjeuners d'affaires autour d'un thème horloger : les chronographes, les quantièmes perpétuels, les répétitions minute, les nouveautés suite à la foire de Bâle, les voyages d'Antoine Norbert de Patek, sans oublier les Dames et les diamants Patek Philippe « Diamonds are a girl's best friend ».

La vie des Salons


Les artisans horlogers

Madame Colin-Sannino, directrice-adjointe

Monsieur Patrick Cremers, directeur des Salons de Genève, membre du Comité de création de la Manufacture

Madame Petra de Castro, responsable des relations clientèles et relations extérieures

-/ Installed on two floors, the Salons and their uninterrupted views over the Rade de Genève, comprise an historic, lovingly restored Napoleon III salon, and a series of modular spaces for exhibitions and events. A specialist in fine leather, the restorer responsible for lamps and chandeliers at the Palace of Versailles, the chief decorator and regular collaborator of a leading choreographer, and Genevan artist-perfumier Daniel André have all contributed their talent and expertise to the creation of a stunning showcase for a brand dedicated to excellence.

Patek Philippe unveiled…

To acquire a Patek Philippe is to step into the world of a family-owned Manufacture, perpetuating a priceless heritage from father to son.

The Manufacture Patek Philippe is dedicated to breathing new life into a unique heritage, in a spirit of continuity and trust.
Reserved for Patek Philippe clients, the Salons are the setting for exclusive events bringing together watch owners and the extended Patek Philippe 'family'.
Under the directorship of Patrick Cremers, each member of the Salons team has been trained to answer queries from aficionados of fine watches and timepieces.
Over lunch, or at informal get-togethers, Patek Philippe clients are invited to meet experts from the Manufacture, highlighting the brand's core values through historical talks, travellers' tales, or straightforward Q&A sessions between watch fans.

Perpetuating the Patek tradition, as part of the house's client recognition programme, the Salons are regularly transformed for special evening events, welcoming the house's loyal, local clientele.

Patek Philippe's dedicated, enthusiastic Salons team – client and external relations director Petra de Castro, Salons Genève director Patrick Cremers (also a member of Patek's creative board at Plan-les-Ouates), and deputy director Madame Colin-Sannino – orchestrate a fascinating programme of temporary exhibitions and working lunches on the theme of fine watch-making: chronographs, perpetual quantiemes, mintue repeaters, new models showcased at Baselworld, the globe-trotting travels of Antoine Norbert de Patek, not forgetting the women's and diamond collections : 'Diamonds are a girl's best friend.'

LES 10 VALEURS PATEK PHILIPPE

-/ TEN CORE VALUES

Indépendance, tradition, innovation, qualité et bienfacture, rareté, valeur, esthétique, service, émotion, héritage.

-/ Independence, tradition, innovation, quality and fine craftsmanship, rarity, value, aestheticism, service, emotion, heritage.

PAR GABRIELLE CARRARD

LA COLLECTION PATEK PHILIPPE

THE PATEK PHILIPPE COLLECTION

A l'image des Salons et de leurs tonalités mordoreés et châtoyantes, ces pièces horlogères de haut artisanat démontrent tout le savoir-faire, la précision et la pureté signés Patek Philippe. -/ Like the Salons with their glittering, gilded decor, these fine timepieces reflect all the expertise, precision and refinement of the house of Patek Philippe.

5140R-001

Complications pour homme. Calibre 240. Quantième perpétuel extra-plat. Indication de la date, du mois, des jours, des phases de la lune et des années bissextiles par aiguilles. Compteur 24 heures par aiguille. Index et aiguilles dauphines en or rose. Balancier gyromax. Mouvement automatique. Réserve de marche 45 heures. Diamètre: 37 mm

Le modèle 5140, clarté et lisibilité

L'un des plus beaux exemples de style et de technique de la Manufacture, le calibre 240 représente aujourd'hui le mouvement automatique avec quantième perpétuel le plus plat au monde.
A la finesse s'allient précision et minutie dans l'assemblage que requiert 275 composants.

The 5140: clarity and lisibility

One of the finest examples of Patek style and technicity, the 240 calibre is the world's thinnest perpetual quantieme automatic movement. The watch's finesse embodies precision and meticulous skill: the movement is assembled from 275 separate components.

7071R-001

Ladies first chronograph. Complications pour dame. Chronographe à roue à colonnes avec compteur 30mn. Mouvement mécanique à remontage manuel. Cadran sertie de 136 diamants sous la glace saphir. Boîtier de forme coussin en or rose. Cadran couleur opalin argenté. Réserve de marche 65 heures. dimension de la boîte : 35 x 39 mm.

Ladies first chronograph, intelligente beauté

Premier mouvement chronographe à remontage manuel pour femme, d'où son nom « Ladies First Chronograph », doté d'un élégant boîtier de forme coussin en or rose 18 carats est inspiré des modèles Patek Philippe Art déco des années 1930. De sertissage exclusif, la référence 7170 arbore 136 diamants sertis sur le réhaut, entourant le cadran rond et placés sous la glace saphir bombée.

Ladies first chronograph: intelligent beauty

Patek's first hand-wound ladies' chronograph movement (hence the name) features an elegant cushion-shaped case in 18-carat pink gold, inspired by Patek Philippe's Art Deco designs of the 1930s. The 7170 watch features an exclusive setting of 136 diamonds, on the flange, surrounding the circular dial, and under the convex sapphire glass.

4897R-001

Calatrava pour dame. Calibre 215 Mouvement mécanique à remontage manuel. Lunette sertie de 72 diamants ~0.47 ct. Cadran laqué couleur crème, guilloché Index poudrés or Aiguilles dauphine en or rose. Réserve de marche 44 heures. Diamètre 33mm

Calatrava, le raffinement tout simplement

Collection emblématique de la marque, la Calatrava Réf. 4897 incarne la montre-bracelet ronde par excellence depuis 1932. Sa simplicité et son raffinement offrent des qualités idéales à l'élégance féminine et se décline dans une précieuse gamme pour dames.

Calatrava: simple sophistication

The house's iconic Calatrava watch (Ref. 4897) is the ultimate round wrist-watch, created in 1932. Its simplicity and refinement offer the last word in feminine elegance, with a special diamond-encrusted range for women.

CHAMPAGNE
Laurent-Perrier
MAISON FONDÉE
1812
Cuvée Rosé.
Inimitable.

PAR JULIE ROVERO

Une année chargée pour Snyper : la jeune marque de montres s'offre des nouveaux actionnaires et lance 7 nouveaux modèles ! Avec ses lignes anguleuses au look très viril, les garde-temps Snyper, 100% *Swiss made*, **visent toujours à bouleverser les codes de l'horlogerie. -/ It's been a big year for Snyper: the youthful watch brand has overseen a major share issue, and launched seven new models! With its sharp, angular lines and virile look, the 100 per-cent** *Swiss-made* **Snyper aims to overturn watch-making convention.**

Un concept unique SNYPER

A UNIQUE CONCEPT

Snyper One Black PVD avec laser fixé et allumé — La Snyper Titanium PVD — F117 Tourbillon Titanium

Born in saint-Tropez

La marque Snyper est née dans la folie de Saint-Tropez en 2008. Rachetée début 2011 par deux hommes d'affaires suisses, la marque part à la conquête du monde. Snyper est le résultat d'un défi, mais aussi la volonté de proposer un produit différent, unique, pour des personnes exigeantes. Son objectif est simple : offrir une vision révolutionnaire de l'horlogerie dans un univers connu pour son traditionalisme.

Dans un esprit libre et novateur, aucune limite à la créativité ne sera posée, chaque modèle sera unique et correspondra ainsi au désir de son propriétaire.

La particularité ludique de ces garde-temps ? Sur la partie gauche de la montre, des modules interchangeables peuvent être posés : lampe de poche/laser, module pour pilules, Briquet à Cigares, ...

Après son unique modèle, la Snyper One PVD Noir, la marque présente pour la fin de l'année sept nouveaux garde-temps, dont un magnifique Tourbillon Titanium F117 (inspiré de l'avion furtif américain F117). Snyper démarre également la production de montres plus précieuses en Or Rose, Jaune et Blanc ainsi que deux modèles bicolores. -/ The Snyper was born in Saint-Tropez on an August evening in 2008. Acquired early in 2011 by two Swiss businessmen, the brand is setting out to conquer the world. Snyper is the result of a personal challenge, and a determination to offer a product that's different and unique, for a demanding clientele. The aim is simple: to revolutionise a world noted for its arch-traditionalism. The new brand would be free-spirited and innovative. No creative limits. Every model would be unique, tailored to its owner's choices. With a zany touch – a series of interchangeable modules that can be clipped to the left side of the watch: a torch, a pill-box…

The first model, the Snyper One PVD Noir, will be followed at the end of this year by another seven timepieces, including the magnificent Tourbillon Titanium F117 (inspired by the American F117 stealth plane). Snyper will also be starting up production of fine watches in pink, yellow and white gold, and a series of two-tone models.

La Snyper Rose Gold

Les Editions COTE

6 MOIS D'ABONNEMENT OFFERT

www.cotemagazine.com

Available on the App Store

À RETOURNER, À COTE SUISSE / RUE EUGÈNE MARZIANO, 37 - CH 1227 LES ACACIAS / GENÈVE

OUI, JE M'ABONNE À COTE MAGAZINE :

☐ 6 MOIS D'ABONNEMENT OFFERT

Nom : .....

Prénom : .....

e.mail : .....

Adresse : .....

Code Postale : .....

Ville : .....

Pays : .....

offre valable du 03/11 au 31/12/2011 - Réf. 0310211OC

PAR AMINA VALENTINI

Collier Silhouette « Ajna »

CASPITA

DE L'ART À LA JOAILLERIE

CASPITA: A WORLD IN THE IMAGE OF ITS MAKER

Caspita est une exclamation, une surprise, une joie. Caspita, c'est aussi une marque de Haute Joaillerie, fruit des créations d'une femme, Arlène Bonnant, passionnée d'art. Des bijoux comme une oeuvre d'art, tout simplement.

-/ Caspita – the name sounds like an expression of surprise, delight, even joy. Caspita is also a fine jewellery brand, the brainchild of one woman, Arlène Bonnant, whose creations reflect her passion for fine art…

Boucles d'oreilles Dormeuses « Mille Pétales »

Bagues Ouroboros

Caspita News

Caspita voit l'invisible
-/ Caspita reveals the invisible…
Caspita crèe un hologramme : un yogi apparaît et se transforme en bijou. A découvrir de toute urgence !
-/ Caspita's latest jewel features a holographic yogi – see it for yourself, soon!

Caspita et Insens, la liaison sacrée
-/ Caspita and Insens, the sacred alliance
La collection Chakras, créée pour Insens, illustre un désir profond de sacré : Caspita représente un art de la joaillerie qui s'adresse à l'âme. Au-delà de l'harmonie et de la beauté de chaque pièce, les créations Caspita sont dessinées pour développer un véritable équilibre spirituel. Sept modèles en or et cordons tressés sont à découvrir dès novembre dans le centre de bien-être Insens.
-/ Chakras collection, made for Insens, expresses a profound need for things sacred. Caspita makes jewellery for the soul. Each piece embodies a sense of harmony and beauty, promoting spiritual balance and wellbeing.

Showroom, 8 rue Neuve-du-Molard - 1204 Genève. Tél. 022 533 15 00

Bracelet « 7 Chakras Enchaînés »

CHIVAS REGAL
AGED 25 YEARS
CHIVAS REGAL SCOTCH WHISKY
AGED 25 YEARS
SCOTCH WHISKY
BLEND OF Rare Aged SCOTCH WHISKIES
ORIGINAL
70cl/700ml e 40% vol.
PRODUCE OF SCOTLAND
PLEASE DRINK RESPONSIBLY

tendance / trends

PAR JULIE ROVERO

« Romy Schneider ne ressemblait pas vraiment à l'Impératrice Elisabeth d'Autriche ! » nous confie **l'Archiduc Markus Habsburg-Lothringen !** -/ 'Romy Schneider looked nothing like the real Empress Elisabeth of Austria…' comments Archduke Markus Habsburg-Lothringen.

« Ma grand-mère avait 24 ans quand le drame est arrivé. Elle m'a raconté avoir soigné Sissi avec sa dame de compagnie. Pendant ce temps, mon grand-père donnait un coup de poing au meurtrier ! » **Catherine Nickbarte-Mayer** -/ 'My grandmother was 24 when Sissi was stabbed on the waterfront in Geneva. She told me how she attended to Sissi back at the hotel afterwards, with her lady-in-waiting. Meanwhile, outside, my grandfather had punched the murderer!'
Catherine Nickbarte-Mayer

LE BEAU-RIVAGE. l'hôtel de toutes les légendes

LE BEAU-RIVAGE: A HOTEL OF LEGEND…

Peu d'hôtel peut se venter de tant d'histoires. Histoires de famille tout d'abord puisque le Palace appartient à la même dynastie depuis 1865. Histoires de Princesse évidemment. Comment ne pas se souvenir que l'Impératrice Elisabeth d'Autriche, notre Sissi, a vécu ses dernières heures au Beau-Rivage en 1898. Histoire d'Asie enfin : le Maharadjah de Patiala (ses 50 serviteurs et ses 200 malles !) y avait pris ses appartements en 1925 lors d'une réunion de la Société des Nations. -/ Few hotels can boast quite as much history as the Beau Rivage – and family history first and foremost: this has been a family business since 1865. The hotel has hosted its share of princesses – not least Sissi (Empress Elisabeth of Austria), who spent her last hours here in 1898 – together with royalty from further afield: the Maharajah of Patiala stayed in 1925, with his retinue of 50 servants, and 200 trunks-worth of luggage, in town for a meeting of the League of Nations.

J. Mayer, Mme Mayer, C. Nickbarte-Mayer

H.H. Markus Habsburg-Lothringen, Yuvrani Rishma Kaur, H.H. Maharaj Kumari Jai Inder Kaur, Alexandre Nickbarte, Catherine Nickabarte et Hildegard Habsburg-Lothringen.

Jacques Mayer, Catherine Nickbarte-Mayer et Alexandre Nickbarte, quatrième et cinquième génération de la famille fondatrice, semblent mettre un point d'honneur à faire revivre ce passé prestigieux… tout en conservant les prestations haut de gamme d'un Palace actuel. Après 6 mois de travaux, nous pénétrons, non sans émotion, dans les suites mythiques du Beau-Rivage. Visite guidée avec des invités de marque : Maharaj Kmari Jai Inder Kaur, arrière-petite-fille de Bhupinder Singh, Mahradjah de Patiala, et l'Archiduc Markus Habsburg-Lothringer, arrière-petit-fils de Sissi. -/ Jacques Mayer, Catherine Nickbarte-Mayer and Alexandre Nickbarte together represent the fourth and fifth generations of the hotel's founding family, dedicated to preserving the Beau Rivage's distinguished heritage, and to ensuring the state-of-the-art service expected of a top, contemporary palace hotel. After six months of renovation, COTE enjoyed a guided visit of the hotel's breathtaking, legendary suites, in the distinguished company of Maharaj Kmari Jai Inder Kaur, great grand-daughter of the aforementioned Bhupinder Singh, Maharajah of Patiala, and Archduke Markus Habsburg-Lothringer, great-grandson of Princess Sissi.

Les invités, très touchés de cette invitation, ont remercié chaleureusement la famille Meyer de perpétuer la mémoire de leurs ancêtres. -/ The Maharaj and the Archduke thanked the Mayers warmly for their invitation, deeply touched by the family's commitment to perpetuating the memory of their ancestors.

Suite Sissi – BEAU RIVAGE. Mobiliers d'époque et technologie dernier cri se marient à merveille dans cette suite pleine de souvenirs…

Suite Maharadjah – BEAU RIVAGE
Dans un coin de la chambre, le livre d'or d'époque signé par le Maharadjah.

LA LEXUS RX 450h.
TECHNOLOGIE TOUT HYBRIDE PAR EXCELLENCE.

CÔTÉ PLUS, CÔTÉ MOINS: LA MEILLEURE BERLINE TOUT-TERRAIN DE LUXE.

Plus de performance intelligente, grâce à sa technologie tout hybride
Plus de rendement énergétique avec la meilleure catégorie: A
Plus d'équipements de série que toute autre dans sa catégorie
Plus de puissance, grâce à Lexus Hybrid Drive (299 ch/220 kW)
Plus de plaisir au volant avec ses trois modes de conduite individuels
Plus de sûreté sur la route, grâce à son concept de sécurité complet
Plus de plaisir d'écoute, grâce à son système audio exclusif
Plus d'automobile pour son prix, dès Fr. 86 900.–*

Moins de consommation avec ses modestes 6,3 l/100 km**
Moins d'émissions de CO_2 avec seulement 145 g/km**
Moins de nuisances, voire aucune en milieu urbain
Moins de frais de maintenance, donc moins de frais d'entretien
Moins de résistance à l'air, grâce à un C_x de seulement 0,32
Moins de bruits, grâce à une insonorisation parfaite
Moins de distraction au volant, grâce à une ergonomie idéale
Moins de perte de valeur, car c'est une Lexus

Prenez le volant. Essayez-la. Faites-vous plaisir. Votre nouvelle RX 450h vous attend pour un essai chez votre partenaire Lexus.
Plus d'infos sur: www.lexus.ch

Emil Frey SA
Votre spécialiste depuis 1924.

Emil Frey SA, Centre Lexus aux Vernets
Rue François-Dussaud 13, 1227 Genève-Acacias - T : 022 308 5 508
lexus.geneve@emilfrey.ch - www.lexus1200.ch

* Conditions détaillées dans votre Centre Emil Frey. Il est interdit d'accorder un crédit susceptible d'entraîner le surendettement du consommateur.

** Consommation suivant directive CE 715/2007/CEE moyenne 6,3 l/100 km. Émissions moyennes de CO_2 de tous les modèles de véhicules commerciaux en Suisse 100 g/km. Les mentions relatives à la consommation figurant dans nos documents de vente sont des données normalisées suivant la réglementation européenne en vigueur pour la comparaison des différents véhicules. Dans la pratique, elles peuvent varier parfois sensiblement en fonction du style de conduite, de la charge utile, de la topographie et des conditions météorologiques. Nous recommandons en outre le mode de conduite Eco-Drive respectueux de l'environnement.

LEXUS

11-114-TGE

PAR AMINA VALENTINI

REPEAT THE REAL CASHMERE

REPEAT CASHMERE

Cashmere Repeat est l'incontournable marque quand l'hiver approche ! Véritable caresse pour la peau, venez vous lover dans la nouvelle collection du spécialiste du cachemire. La séduction suprême pour votre peau !

-/ Cashmere Repeat is a must-have brand, with winter on its way… Experience the soft caress of the latest collection from the leading cashmere specialist – the ultimate seduction for your skin.

Repeat, le cachemire intemporel

-/ Repeat: timeless cashmere

Cet hiver, la ligne Repeat se caractérise par une grande variété de couleurs naturelles : le crème, le camel et le sable sont à l'honneur. Quelques touches plus vives, des teintes de rouge et bleu, sauront éveiller vos envies ! La marque vous offre une collection douce et à la qualité toujours irréprochable : Repeat marie avec talent cachemire et laine, ou coton et viscose pour les articles plus légers. Spécialiste des basiques en maille, Repeat sait surprendre à chaque saison, avec des articles intemporels, selon Noémie Tugendhaft, directrice de création !

-/ This winter, the Repeat collection features a broad palette of natural hues: cream, caramel and sand, with livelier, appetising touches of red and blue. The super-soft collection offers impeccable, consistent quality, blending cashmere and sheep's wool, cotton or viscose, for feather-light, easy-to-wear garments.

"Repeat specialize in knitwear basics, coupled with seasonal surprises and timeless classics!" Says Creative Director Noémie Tugendhaft

FEMININE HOROLOGY.

Amazone « Colibri », One of a Pair.
18K red gold case set with 472 brilliant-cut diamonds.
18K gold dial, hand engraved and decorated with high-fire enamel, miniature painting «sous fondant», and set with diamonds.
Automatic movement Cal 1150.

www.delaneau.com

DELANEAU
GENÈVE
since 1949

PAR AMINA VALENTINI

Une nouvelle tendance VICEDOMINI

NEW TRENDS

La collection automne-hiver Vicedomini est une véritable ode à la femme moderne, impétueuse, sereine et toujours soucieuse du détail qui fait la différence...

-/ Vicedomini's autumn-winter collection is a hymn to the modern woman – impetuous, serenely confident, always on the look-out for that telling extra detail...

Au cœur de l'univers glamour Vicedomini, la fourrure se fait une place d'honneur. Un long gilet en fourrure de chèvre « Kidassia », un boléro en renard ou une cape courte de chinchilla habillent une tenue de jour en lui conférant une allure sans égal. Alessandra Vicedomini se plait à réinterpréter les codes d'une silhouette sophistiquée en variant nuances et textures, volumes et inspirations, tout en créant des vêtements casual : une série de robes de jour ornementées de satin ou encore un manteau classique coupe droite et taille cintrée en alligator ouvragé.

Le choix de luxueuses matières confère à chacune des pièces glamour et élégance : cardigan 100% cachemire italien, dentelle sur une robe épousant chaque courbe du corps.

Une gamme de teintes chaudes et riches s'harmonise avec les tons de saison taupes, gris souris, vert forêt et autre camel, n'oubliant pas d'offrir une place de choix aux coloris plus classiques : ébène, marine ou blanc.

-/ Fur takes pride of place at the heart of Vicedomini's world of luxury: from a long Kidassia goat-hair gilet, to a fox bolero or a short chinchilla cape, for stunning day-wear. Alessandra Vicedomini loves creating new variations on classic silhouettes, playing on variations of texture, volume and style inspiration to create a series of day dresses finished satin, or a classic straight-cut coat, cinched with an elaborately worked alligator belt.

The choice of luxury materials gives each peice a touch of glamour and elegance: 100 per cent Italian cashmere for a neat cardigan, a touch of lace on a dress that perfectly offsets its wearer's curves.

The collection's warm, rich palette harmonises with seasonal shades of taupe, soft grey, forest green and camel, plus a fine selection of classic ebonies, navies and white.

NOUVEAU MADISON SPORT

ouverture de notre nouveau magasin homme / femme

MADISON SPORT • 12 RUE DE LA TOUR MAITRESSE • GENÈVE

SCAPA

TRADICION DEL POLO ARGENTINO LA MARTINA

JACOB COHËN HANDMADE TAILORED JEANS

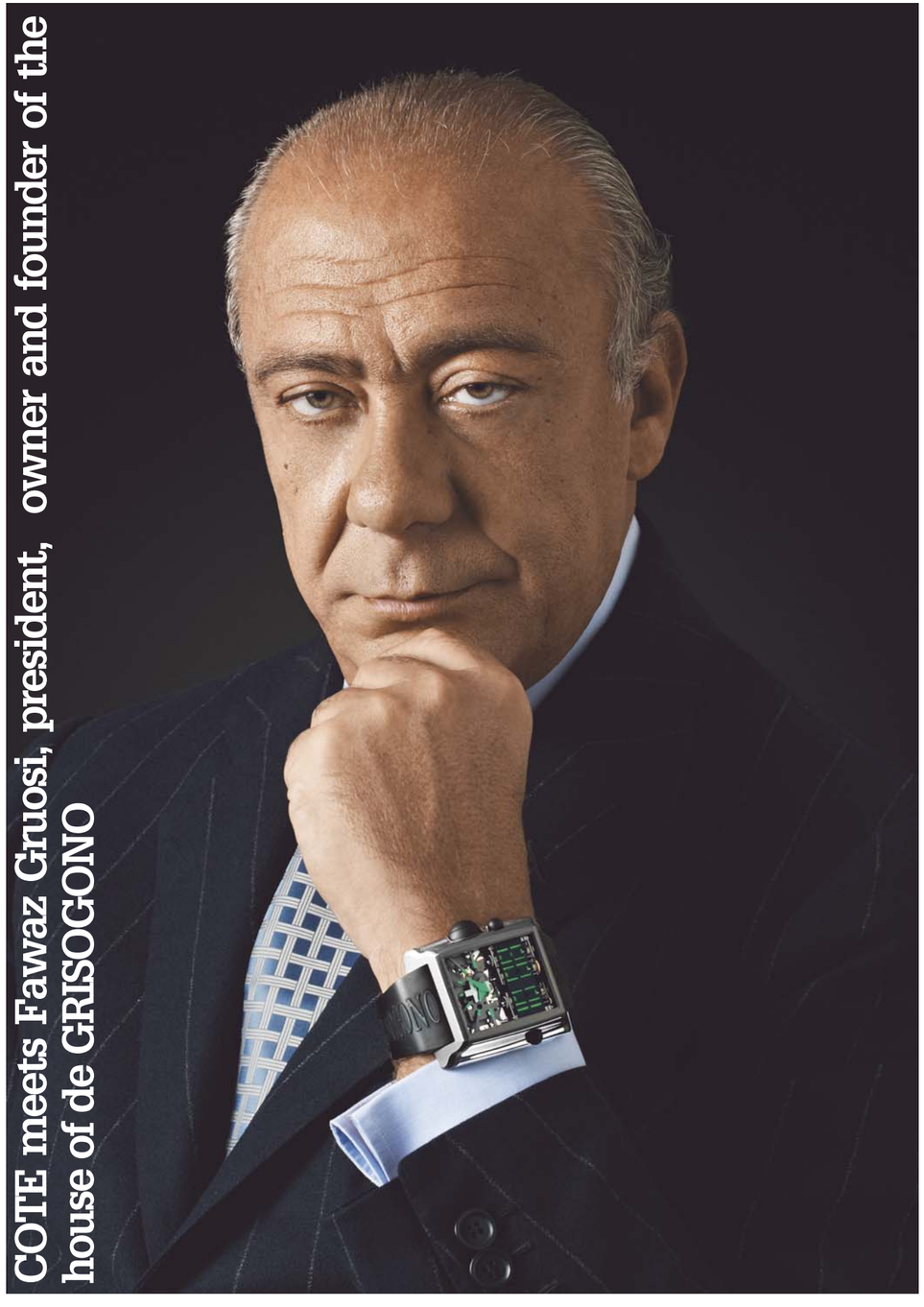
Fawaz, GRUOSI

Président, propriétaire et fondateur de la maison de GRISOGONO

SOUS LE SIGNE DE LA PASSION, DE L'AMOUR ET DE LA CRÉATIVITÉ, L'HOMME AU DIAMANT NOIR NOUS TRANSMET LES SECRETS DE SA PASSION -/ THE MAN WITH THE BLACK DIAMOND DISCUSSES THE SECRETS OF HIS PASSIONATE LOVE AFFAIR WITH FINE GEMS AND CREATIVE DESIGN.

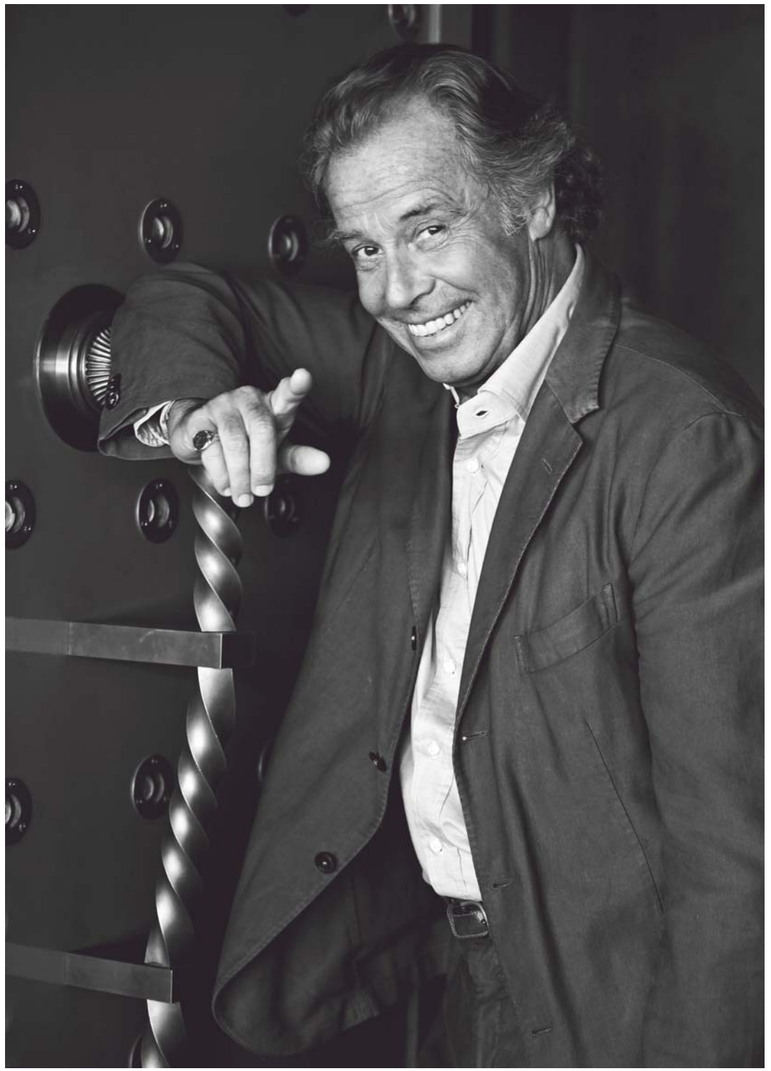
Quel est votre parcours ?
Après un début de carrière et une longue expérience au sein des plus grandes marques joaillères (Harry Winston et Bulgari), j'ai décidé de voler de mes propres ailes et de fonder de GRISOGONO.
Comment avez-vous eu envie de créer cette marque ?
Quel était le souhait de départ ?
J'ai eu envie de révolutionner le monde joailler, de casser les codes et d'exprimer ma créativité. Ce qui a donné lieu à la rencontre entre un passionné et une pierre oubliée… Le Diamant Noir (« Black Orlov »)!
Quel bilan faîtes-vous de ces (presque) 20 dernières années ?
Très positif !
Jamais une marque non-héritière et n'a connu une telle ascension !
Les points communs entre vous et la marque ?
L'adrénaline ! J'essaie de transmettre mon envie de challenge. La découverte de nouvelles matières me donne constamment de nouvelles idées.
Comment définiriez-vous aujourd'hui le style De Grisogono ?
Le style de GRISOGONO sort des sentiers battus. Il ne s'agit pas uniquement d'or blanc ou d'or jaune. Nos bijoux sont des pièces de caractère, qui habillent les femmes, leur donne du style et du volume. D'ailleurs les femmes charismatiques sont nos meilleures ambassadrices…
Quels sont vos désirs pour l'avenir ? Des surprises pour Basel World 2012 ?
Je ne vous dévoilerai qu'un secret : pour l'année 2012, nous mettons un point d'honneur à présenter des collections féminines.
Cinq dernières questions personnelles et « sans réfléchir » !
- Une couleur ? Cela change toujours ! Le noir, le vert et le rouge
- Une forme ? Baguette
- Une matière ? Le Diamant Noir
- Un adjectif ? Impatient !
Une prochaine ouverture à Zürich ? Pouvez-vous nous en dire plus…
Tout d'abord, la Suisse est notre tout premier détaillant. Depuis de nombreuses années, une étroite collaboration s'est installée entre de Grisogono et Las Serlas (bijouterie zürichoise). Aujourd'hui, la Maison La Serlas va ouvrir un grand espace dédié à de Grisogono dès fin novembre 2011, où mes dernières créations seront présentées.

-/ Tell us about your past career?
I started out working for a long time with two of the top names in the jewellery business - Harry Winston and Bulgari – before deciding to launch my own brand, de GRISOGONO.
What inspired you to set your own brand? What were your initial aims?
I wanted to revolutionise the jewellery world, break with traditional codes and express myself through creative design. Hence the marriage of a passionate lover of unusual gems, and the Black Diamond (the 'Black Orlov')!
How would you sum up the past 20 years?
Very positive! No other uninherited jewellery brand has seen such growth!
What characteristics do you share with the de Grisogno brand?
Adrenalin! I've tried to communicate my love of challenge – discovering new materials is an endless source of new ideas.
How would you define the de Grisogono style today?
De GRISOGONO stands outside the mainstream: we don't just work in white or yellow gold. Our jewels are objects of character, designed to dress women, bring out their style and shape. Charismatic women are our best ambassadresses!
What are your future plans? Any surprises in store for Baselworld 2012?
All I can tell you is that in 2012, we will be focusing on our collections for women.
Four quick-fire questions to finish !
- A colour? It changes all the time! Black, red, green…
- A shape? The baguette cut
- A material? The black diamond
- An adjective? Impatient!
A new opening soon in Zürich? Tell us more… First of all, Switzrmand is our foremost retail market. For several years, we have worked closely with Zurich jeweler La Serlas. Now, Maison La Serlas is opening a large space dedicated to de Grisogono towards the end of November, presenting my latest designs.



COTE meets Fawaz Gruosi, president, owner and founder of the house of de GRISOGONO

« Je n'ai jamais voulu être à la mode, la mode ça tue ! »



Michel LEEB

-/ 'I never wanted to be fashionable. Fashion is death!'

IL EST 14H AU LITTLE BUDDHA GENEVA. LE MEN'S LUNCH EN FAVEUR D'ACTION INNOCENCE VIENT DE SE TERMINER. MICHEL LEEB, PARRAIN DE L'ASSOCIATION QUI ŒUVRE À PRÉSERVER LA DIGNITÉ ET L'INTÉGRITÉ DES ENFANTS SUR INTERNET, NOUS ACCORDE UN PEU DE SON TEMPS PRÉCIEUX.-/ 2 P.M. AT LITTLE BUDDHA GENEVA. THE MEN'S LUNCH FOR ACTION INNOCENCE HAS JUST FINISHED, AND MICHEL LEEB, PATRON OF THE NOT-FOR-PROFIT ASSOCIATION THAT WORKS TO PROTECT THE DIGNITY AND INTEGRITY OF CHILDREN ONLINE, GIVES COTE A FEW MINUTES OF HIS PRECIOUS TIME…

« J'ai connu Valérie (Wertheimer, Présidente-Fondatrice d'Action Innocence) à 17 ans, on prenait le métro ensemble quand j'habitais Cachan ! » 30 ans se passent quand leurs chemins se recroisent à Genève. « Valérie m'a parlé de son association, j'ai tout de suite accepté d'en être le parrain. » Voilà près de 15 ans que Michel Leeb s'investit pour Action Innocence offrant un One Man Show un soir ou en honorant tout simplement de sa présence chaque événement important.

L'humoriste est également parrain de Hadassah, association internationale pour la recherche et l'aide médicale, et a soutenu avec ferveur l'Hôpital Hadassah de Jérusalem dont la politique est de soigner tous les patients sans distinction de religion. Mais l'emploi du temps de Michel Leeb est loin de s'arrêter là ! Il joue d'ailleurs demain à Aix-Les-Bains et poursuit sa tournée jusqu'au 31 décembre pour une dernière à Vevey. « J'éprouve toujours autant de bonheur à jouer. Le plaisir maintient en alerte ! C'est le seul endroit où je me sens si heureux car en pleine possession de mes moyens ! »

Dans son nouveau spectacle Hilarmonic Show, Michel Leeb se met dans la peau d'un chef d'orchestre et joue (au deux sens du terme) près de 2 heures avec le Paris Symphonic Orchestra composé de 50 musiciens. « J'avais envie de désacraliser la musique classique et surtout j'essaie de ne pas me prendre au sérieux ! » Ses mentors ? L'Américain Danny Kaye ou Jerry Lewis évidemment ! Dépourvu d'obligations et désinhibé, l'humoriste suit aujourd'hui ses envies, ses désirs. « Je n'ai jamais voulu être à la mode, la mode ça tue ! » Et le trac avant de monter sur scène, de l'histoire ancienne ?

« Oui… depuis hier ! Avec le temps, on prend confiance en soi. Au début, c'est dur, on est pétrifié ! »

Quand il n'est pas en tournée, l'artiste partage sa vie entre Paris, Oppède et Villars. « Ma grand-mère était de Zurich, je suis toujours beaucoup venu en Suisse. J'aime le côté respectueux et convivial de la Suisse. En France, les gens sont… un peu plus familiers ! »

L'actualité 2012 est bien chargée : un album de jazz « Leeb chante Charles » - Aznavour, Trenet, Dumont et Ray évidemment -, une Comédie au théâtre et un livre « L'art de rire », réflexions sur le rire aux Editions du Cherche-Midi. A ce sujet, une dernière question peut-être sur le rire et la séduction Monsieur le philosophe ? « J'ai rencontré ma femme car je la faisais rire. Je participais à un tournoi de tennis entre sportifs et humoristes. Elle était présente en tant que journaliste. Je jouais contre Alain Prost, je courrais dans tous les sens et elle rigolait. Je lui ai demandé quand elle pensait arrêter de rire, elle m'a répondu « je ne fais commencer »… Et ça fait 30 ans que ça dure ! » A bon entendeur…

'I met Valérie (Wertheimer, president and founder of Action Innocence) at the age of 17 – we used to take the metro together when I lived in Cachan!' Thirty years later, their paths crossed again, in Geneva. 'Valérie told me about the association, and I immediately agreed to be its patron.' For fifteen years, Michel Leeb has supported Action Innocence with a gala performance of his one-man show, or simply by being there at important events. The comic is also patron of Hadassah, an international association supporting medical research and aid, and a fervent supporter of Jerusalem's Hadassah hospital, committed to the care of all patients regardless of their religion.

But Michel Leeb's packed diary doesn't end there! Tomorrow, he's performing in Aix-les-Bains, and touring until December 31, with a final show in Vevey.

'I always get great joy from performing. And the enjoyment keeps me active! Onstage is the only place I feel completely happy, because I'm completely in control!'

For his new Hilarmonic Show, Michel Leeb plays a conductor, performing for two hours with 59 members of the Paris Symphonic Orchestra. 'I wanted to pull the rug out from under the feet of the classical music world, and not take myself too seriously!' His mentors? 'Danny Kaye, and Jerry Lewis, of course!' Today, uninhibited and free from obligations, Leeb does very much 'his own thing'. 'I never wanted to be fashionable. Fashion is death!' Does he still suffer from stage fright? 'Not since… yesterday! Over time, you get more self-confidence. But early on, you're terrified, it's tough…'

When he's not touring, Leeb divides his time between Paris, Oppéde and Villars. 'My grandmother was from Zurich – I've always been a regular visitor to Switzerland. I love the friendliness and politeness you get in Switzerland. In France people are… a little coarser!'

2012 looks set to be another busy year, with a jazz album of standards: 'Leeb sings Charles - Aznavour, Trenet, Dumont and of course Ray', a stage play, and a book, L'art de rire – reflections on laughter – published by Les Editions du Cherche-Midi. Prompting a final question – on the relationship between laughter and seduction… 'I met my wife because I made her laugh. I was playing in a tennis tournament between sportspeople and comics. She was covering it as a journalist. I played against Alain Prost, I was scurrying all over the place, and she laughed about it. I asked when she thought she would stop laughing and she said, "I haven't even got started…." And we've been laughing for 30 years!'

Félix BAUMGARTNER

-/ Urwerk: the marriage of watch-making and design
COTE meets brand co-founder Félix Baumgartner

Urwerk, le mariage d'un horloger et d'un designer. Portrait de Félix Baumgartner, l'un des créateurs de la marque

FÉLIX BAUMGARTNER A FONDÉ URWERK AVEC MARTIN FREI EN 1997. IL N'AVAIT ALORS QUE… 22 ANS ! INCONSCIENT ? CERTES UN PEU. PASSIONNÉ ? EVIDEMMENT ! MAIS LE JEUNE HOMME A COMMENCÉ SON ÉDUCATION TRÈS TÔT PUISQU'IL EST FILS ET PETIT FILS D'HORLOGER. SON PÈRE RESTAURAIT DES PENDULES, ALORS DEPUIS SA PLUS TENDRE ENFANCE, SA VIE A ÉTÉ RYTHMÉE PAR LE TIC TAC DES AIGUILLES. -/ FÉLIX BAUMGARTNER FOUNDED URWERK WITH MARTIN FREI IN 1997, AT THE AGE OF JUST 22! RECKLESS? A LITTLE… PASSIONATELY ENTHUSIASTIC? OF COURSE! BUT THE YOUNG ENTREPRENEUR BEGAN HIS EDUCATION IN THE WATCH WORLD AT A VERY EARLY AGE. HE WAS BORN INTO A FAMILY OF WATCH RESTORERS, BUT DID NOT WANT TO TAKE OVER THE FAMILY BUSINESS.

« Je ne voulais pas restaurer, je voulais créer ! »

Félix n'a pas souhaité reprendre l'affaire familiale. « Je ne voulais pas restaurer, je voulais créer ! » Après son apprentissage, il travaille 2 ans en indépendant pour Svend Andersen, pour Vacheron Constantin. En 1995, il fait la connaissance de Martin Frei, jeune diplôme de l'école d'art de Lucerne. « J'avais très envie de me lancer dans ma propre marque horlogère. Je pouvais concevoir des mouvements mais j'avais moins le sens du design. Martin m'a donné l'impulsion, nous étions complémentaires. » L'aventure commence très simplement sur un coin de table, sans plan de développement précis, sans meeting à répétition. « Nous savions seulement que nous voulions être innovants.

Les horlogers ont tendance à refaire ce qui existe depuis 20 ans. Nous voulions une horlogerie contemporaine. » Alors les compères prennent le contre-pied de la mode en 1995. Alors que les marques multiplient à l'époque les aiguilles, Urwerk propose un premier prototype extrêmement minimaliste… sans aiguille ! « On l'a présenté à l'AHCI (l'Académie Horlogère des Créateurs Indépendants). Tous les stands avaient des présentoirs très chics, nous avons exposé notre montre sur des chaufettes.

Notre discours ? Dire qu'on cuisinait une nouvelle horlogerie ! On a joué de la provocation et on s'est fait remarquer ! »

Le fondateur d'Urwerk avoue qu'il aura fallu ensuite 5 à 6 ans pour se faire une petite place au sein du monde de l'horlogerie. « Notre premier acheteur ? Une boutique à New York. En Suisse, la reconnaissance arrive si on est connus à l'international ! »

Le modele 103 en 2003 avec son mécanisme 3D permet à la marque de se faire remarquer. « C'est arrivé à un moment où le monde en avait marre des Tourbillons ! » Conséquence d'une collaboration étroite entre l'horloger et le designer, le mouvement (habituellement rond) suit ici la forme du boîtier. « Nous travaillons en ping-pong, on se renvoie la balle en permanence.

Les montres Urwerk sont assez reconnaissables, elles sont consistantes et plaisent souvent à des personnes ouvertes d'esprit, non conformistes qui ont un certain caractère, des gens qui cherchent autre chose tout simplement ! »

Aujourd'hui, Urwerk est présent dans une quinzaine de pays mais la politique de la maison, c'est avant tout la qualité et l'innovation, non la quantité. « On veut continuer à se faire plaisir, à inventer ! » Quand il travaille sur un nouveau modèle, Félix Baumgartner demande toujours conseil à son père : « Il plonge dans ses bouquins et me répond souvent, photo à l'appui, que ça a déjà existé !

Mon père, c'est la bible de l'horlogerie ! »

Nouveau modèle probablement fin 2012, à suivre !

'I wanted to create, not restore!' After serving his apprenticeship, he freelanced for two years, working for Svend Andersen at Vacheron Constantin. In 1995, he met Martin Frei, a young graduate from Lucerne's school of art. 'I really wanted to create my own watch brand. I knew how to design movements, but I was less well versed in watch design as a whole. Martin gave me the impulse I needed, we complemented each other.' The venture began simply enough, on the corner of a kitchen table, with no specific business plan, no endless meetings. 'We just knew that we wanted to innovate. Watch-makers have a tendency to do what people were doing 20 years ago, all over again. We wanted to create something contemporary.' The duo set to work, swimming against the fashionable current, in 1995: while the rest of the world produced watches with hands and pointers galore, Urwerk offered their first prototype: a rigourously minimalist, hands-free watch.

'We showed it at the AHCI (Académie Horlogère des Créateurs Indépendants). All the stands had ultra-chic displays. We presented our model on a camping stove… We said we were "cooking up" a new kind of watch! We were provocative, and it turned heads!' Urwerk's co-founder admits it took around 5 or 6 years before the brand established its niche in the watch world. 'Our first buyer was a New York boutique. In Switzerland, you make your name by being well-known internationally!'

In 2002, the 103 model was launched, complete with 3D movement – another high-profile design. 'It came along at a time when everyone was tired of tourbillons!' The movement was the result of close collaboration between watchmaker and designer. Movements are typically round, but this one followed the shape of the watch's case.

'We work in ping-pong mode, constantly knocking the ball back into each other's court… Urwerk watches are very recognizable, they are reliable, and they often attract people with an open mind, non-conformists with a strong character, people who are looking for something different.'

Today, Urwerk is present in fifteen countries, but the house policy remains focused on quality and innovation rather than quantity. 'We want to keep on enjoying ourselves, keep on inventing!' Whenever Baumgartner sets to work on a new watch, he asks his father's advice. 'He dives into his books and often ends up telling me that it's already been done, with the photos to prove it! My father is a watch-maker's Bible!' Urwerk's next new model will be out in late 2012.

Watch this space…

atelier-zuppinger.ch

Râteau

Déception amoureuse
ou mécanisme de
complication horlogère ?

Découvrez l'univers de l'horlogerie d'exception,
sur **www.hautehorlogerie.org**

HH
FONDATION DE LA
HAUTE HORLOGERIE

Partenaires de la Fondation: A. Lange & Söhne | Antoine Preziuso | Audemars Piguet | Baume & Mercier | Bovet | Cartier | Chanel | Chopard | Corum | Fédération de l'industrie horlogère suisse | Girard-Perregaux | Greubel Forsey | Harry Winston | Hermès | Hublot | IWC | Jaeger-LeCoultre | JeanRichard | Montblanc Musée d'art et d'histoire de Genève | Musée d'Horlogerie Beyer, Zürich | Musée d'horlogerie du Locle, Château-des-Monts | Musée international d'horlogerie, La Chaux-de-Fonds | Panerai | Parmigiani | Perrelet | Piaget | Richard Mille | Roger Dubuis | TAG Heuer | Vacheron Constantin | Van Cleef & Arpels | Zenith

FrenchTouch ®

ENTREPRISE DU PATRIMOINE VIVANT

L'excellence du savoir-faire français

LIVING HERITAGE COMPANIES. THE EXCELLENCE OF FRENCH KNOWHOW

© DIMITRI TOLSTOI

Boucheron : collier Curlicue, en or blanc pavé de diamants.

Quel est le point commun entre Chanel, Dior, Christofle, le Plaza Athénée ou encore Puyricard ? Ces grandes maisons françaises sont toutes titulaires du label Entreprise du patrimoine vivant. Explications d'Alexis Govciyan, directeur de l'Institut supérieur des métiers.

Par Alexandre Benoist

-/ What do Chanel, Dior, Christofle, the Plaza Athénée and Puyricard have in common? These great French names all flaunt the Entreprise du Patrimoine Vivant label. Alexis Govciyan, director of the Institut Supérieur des Métiers, explains.

UN LABEL EXCEPTIONNEL

Ce label d'État, créé à l'initiative de Renaud Dutreil, alors ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales, distingue les entreprises industrielles ou artisanales performantes, qui participent au rayonnement économique et culturel de la France. « Elles ont en commun l'excellence de leurs activités, un savoir-faire exceptionnel et des moyens économiques rares, comme le fait d'être propriétaire de machines anciennes, de brevets ou encore de dessins… Elles doivent aussi se montrer soucieuses de transmettre leur savoir-faire. Enfin, il faut qu'elles aient un ancrage territorial fort et une production *made in France.* » Les Entreprises du patrimoine vivant, les EPV, couvrent 7 grands univers : les équipements professionnels, le patrimoine bâti, la décoration, les arts de la table, la gastronomie, la culture et les loisirs et, enfin, la mode et la beauté. « Ce label était souhaité par les pouvoirs publics, qui voulaient absolument mettre en place une politique adaptée, mais aussi par ces entreprises, qui avaient à la fois besoin d'un soutien et surtout d'une reconnaissance. Par cette distinction, la France reconnaît le savoir-faire d'excellence de ces professionnels. » >>

>> PEU D'ÉLUS

« Aujourd'hui, plus de 900 entreprises sont labellisées. C'est peu, au regard du nombre d'établissements en France, plus de 3 millions, mais c'est ce qui en fait toute la valeur. La commission d'attribution reçoit chaque année 1600 demandes et seulement une sur deux est acceptée. » Parmi les maisons titrées, 58 % comptent moins de 10 salariés, 23 % ont été créées avant 1900 et 15 % seront confrontées à la question de leur transmission dans les cinq prochaines années, si rien n'est entrepris pour les aider à pérenniser leur activité. Avec plus de 34000 emplois, elles représentent un chiffre d'affaires annuel cumulé de plus de 8,6 milliards d'euros.

UNE RECONNAISSANCE EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER

Les difficultés d'obtention de ce label ainsi que ses spécificités élèvent les EPV au rang de références absolues. « Ce sont des pépites, qui représentent la France dans son Histoire, dans ses traditions et dans sa modernité. Nous ne sommes plus ici dans une logique économique pure, mais dans une logique combinée d'économie et de culture. C'est donc un véritable sésame, un gage de confiance qui permet à chaque entreprise d'être reconnue auprès des prescripteurs, des acheteurs, des décorateurs ou encore des créateurs. En juillet dernier, dans le cadre d'une manifestation organisée sur le sujet par LVMH, j'étais à New York pour présenter le dispositif à la presse et les nouvelles entreprises labellisées, comme Zilli. Ce fut un vrai succès ! »

DE LA TRADITION À LA MODERNITÉ

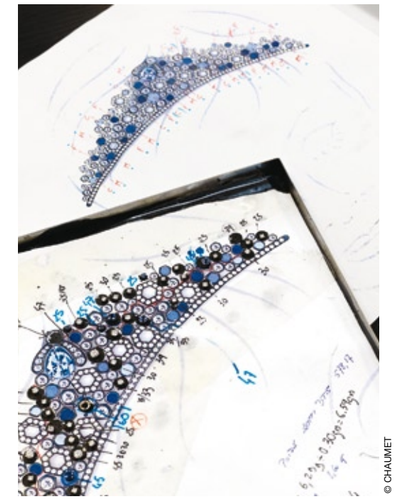
Tout en protégeant un patrimoine spécifique, une EPV est également tournée vers l'avenir. « Ces entreprises s'inscrivent dans une logique à la fois d'histoire et de tradition, mais aussi d'innovation. Elles ont prouvé qu'elles étaient capables de s'adapter aux caractéristiques des différents marchés – local, national et international – tout en gardant leurs spécificités. » C'est le cas par exemple de Chaumet, qui fête cette année ses 200 ans de création horlogère. Pour l'occasion, le joaillier a exposé, place Vendôme, en juillet dernier, quelques-unes de ses plus grandes pièces historiques, dont la première paire de bracelets-montres conçue en 1811, mises en regard avec des réalisations contemporaines. « Par ailleurs, les EPV bénéficient de mesures fiscales, avec un crédit d'impôts de 15 % portant sur leurs dépenses liées à la création de nouveaux produits, et d'un dispositif mis en place avec l'INPI pour les accompagner dans leurs démarches. »

UNE SPÉCIFICITÉ BIEN FRANÇAISE

Toutes les maisons reconnues sont à la fois exceptionnelles et n'ont pas leur équivalent au niveau international. « Elles ont en commun un trésor, sur lequel elles veillent. Ce trésor français est représenté par un savoir-faire rare, une histoire singulière et une culture unique au monde. Il n'y a aucun équivalent sur le plan international, ce qui signifie que des pays comme les États-Unis, la Russie ou encore la Chine sont très demandeurs de ces entreprises labellisées. Il n'y aurait que l'Italie et le Japon, avec ses Trésors nationaux vivants, qui pourraient s'en approcher. » ♦

© BERLUTI

Le sur-mesure fait partie de l'histoire fondatrice de la maison Berluti.



© CHAUMET

Croquis et dessins de l'élégant diadème Bee My Love de Chaumet, en or gris, diamants et saphirs.

A SUPERLATIVE LABEL

This official label, an initiative of Renaud Dutreil when he was minister for SMEs, commerce, crafts and self-employed professionals, is awarded to high-performing industrial or artisan companies that contribute to France's economic and cultural repute. "They're all focused on excellence and have outstanding knowhow and out-of-the-ordinary resources, such as owning vintage machines, patents or indeed archives. They must also show they want to pass on their knowhow, and lastly they must have strong roots in France and use French manufacturing." The *EPV (Entreprise du patrimoine vivant:* Living Heritage Company) label covers seven sectors: professional equipment, built heritage, decoration, tableware, gastronomy, culture and leisure, fashion and beauty. "The label came about because the government wanted to introduce a suitable policy and such companies needed support and above all recognition. Through it France recognises the excellence knowhow of these professionals."

A CHOSEN FEW

"So far, 900+ companies have obtained the label, very few given the number of firms in France – more than 3 million – but that's what gives it value. Every year the committee receives 1600 applications but only half of them are accepted." Of the EPV companies, 58% have less than 10 employees, 23% were founded before 1900 and 15% will within five years be facing the >>

© ISM

>> problem of preserving their knowhow if nothing is done to help them keep going. Together they represent over 34,000 jobs and a combined annual turnover of more than €8.6 billion."

RECOGNITION IN FRANCE AND ABROAD

Because the label has such precise criteria and is hard to obtain, the EPVs are true references in their fields. "They are gems that stand for the history, traditions and modernity of France. The logic behind the label isn't purely economic, it's a combination of economy and culture. So it validates these companies in the eyes of potential customers. Last July, at an LVMH event in New York, I gave a press conference about the label and introduced the companies that had recently been awarded it. That was a huge success!"

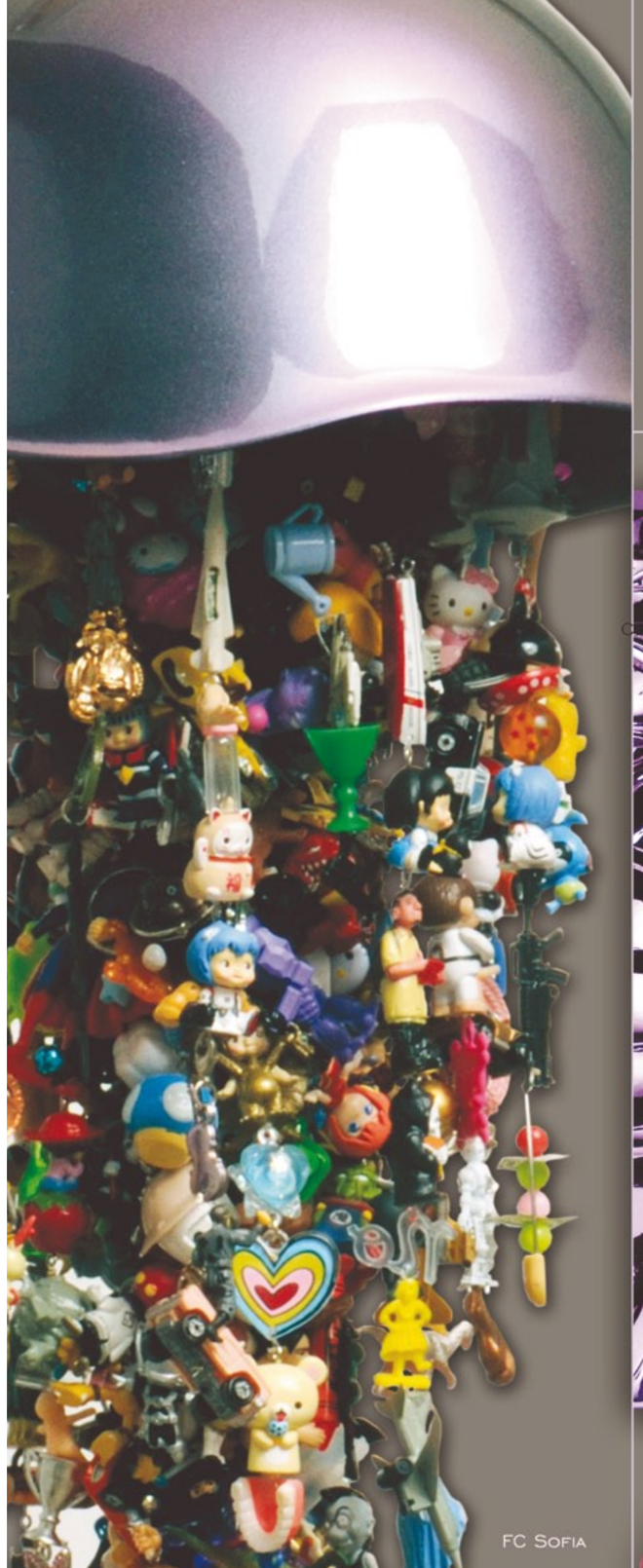
TRADITION TO MODERNITY

While preserving a specific heritage, an EPV also looks to the future. "These companies embrace history and tradition but innovation too. They have proved their ability to adapt to different markets – local, national, international – while retaining their special features." One example is Chaumet, celebrating 200 years of watchmaking this year; on Place Vendôme this July, the jeweller displayed some of its magnificent pieces from the past, including a pair of bracelet watches from 1811, alongside its contemporary creations. "The EPVs also benefit from fiscal measures, with a 15% tax credit on the costs of creating new products and help with industrial copyrighting."

UNIQUELY FRENCH

All the EPVs are exceptional and have no international equivalents. "They possess and preserve a treasure, a French treasure identified by rare knowhow, a history in a class of its own and a totally unique culture. There are no international equivalents, which means countries such as the US, Russia and China are very keen on their products. Only Italy and Japan with its Living National Treasures come anywhere near." ♦

Ce drôle d'assemblage, symbolisant la culture et les loisirs, regroupe les entreprises labellisées dans les domaines des beaux-arts, du spectacle, des jouets ou encore de la musique.



BEL-AIR FINE ART

GENEVA

VERBIER

CRANS-MONTANA

BELAIRFINEART.COM

Longchamp

UNE SUCCESS STORY À LA FRANÇAISE

LONGCHAMP: A FRENCH SUCCESS STORY

© LONGCHAMP

La famille Cassegrain, la deuxième et troisième génération du fondateur, Jean Cassegrain.

UNE MAISON FAMILIALE, UN CHIFFRE D'AFFAIRES INSOLENT, UNE VISIBILITÉ INTERNATIONALE ET DES IT-BAGS À FOISON… RETOUR SUR LA SAGA LONGCHAMP.

Par Julie de los Rios.

-/ A FAMILY FIRM, A POSITIVELY INSOLENT TURNOVER, GLOBAL VISIBILITY AND A LEGION OF IT BAGS… A LOOK AT THE LONGCHAMP SAGA.

C'est un parcours sans faute pour l'entreprise familiale de maroquinerie française. Les présentations sont faites par le directeur général, Jean Cassegrain : « Mon grand-père a fondé la maison. Aujourd'hui, mon père, Philippe, préside à sa destinée. Ma mère est directrice de nos boutiques, ma sœur, Sophie Delafontaine, gère la direction artistique et mon frère, Olivier, établi à New York, s'occupe du réseau américain. » En retraçant l'histoire de la marque, on ne peut que rester admiratif. Tout commence en 1948, quand Jean Cassegrain se lance dans la confection des premières pipes gainées, mystérieusement estampillées « Longchamp », qu'il diffuse dans une civette, Au Sultan. Pourquoi « Longchamp » ? Essentiellement en référence à deux univers : meunier, d'une part, d'où découle le nom « casse-grain », et équestre, d'autre part, pour le savoir-faire sellier dont bénéficiaient les pipes d'alors. Il faut savoir qu'à cette époque se trouve, sur l'hippodrome de Longchamp, le dernier moulin de Paris. De cette réflexion naîtra le logo de la maison : un cheval de course, commandé au dessinateur Turenne Chevallereau. Mais comment passe-t-on de fabricant d'articles pour fumeurs à maroquinier emblématique de la French touch ? En saisissant les opportunités et en humant l'air du temps… « Le cuir reste notre fil rouge, mais son utilisation a beaucoup évolué », nous explique Jean Cassegrain. La maison familiale commence par se lancer dans la bagagerie, puis dans la maroquinerie, pour enfin s'aventurer dans le prêt-à-porter et les accessoires. Il faut dire que l'une des clés du succès de Longchamp est bien cette capacité à se réinventer. « Chaque saison, nous sortons de nouveaux modèles et avons développé des innovations marquantes tout au long de notre histoire, poursuit le petit-fils du fondateur. Dès les années 70, nous avons été les premiers à utiliser du nylon pour concevoir des bagages, à une époque où ces derniers étaient bien trop lourds et s'avéraient inadaptés pour les voyages en avion ! Nous avons également pris un autre virage, dans les années 80, quand le sac à main est passé du statut d'objet utilitaire à celui de véritable accessoire de mode. Désormais, porter le bon sac fait toute la différence. »

KATE MOSS, LE VISAGE DE LA MARQUE

Le maroquinier a également été, dès 2003, l'une des premières maisons de luxe à commercialiser ses produits sur Internet. Être une marque internationale est inscrit dans les gènes de la maison. Longchamp a d'ailleurs reçu son label Entreprise du patrimoine vivant, très tôt, en 2007, en tant que « référence mondiale » de la maroquinerie haut de gamme. Dès 1950, Jean Cassegrain prévoyait déjà un service destiné à l'export. Aujourd'hui, 60 % des ventes se font à l'étranger. Pour cela, la famille soigne son réseau de distribution. Présente dans 101 pays, la maison ouvre encore en 2011 des boutiques à Hong Kong, Bangkok, Hanoï, Los Angeles, Milan, Lausanne, Nantes… La griffe a également su s'imposer sur le devant de la scène, dans l'univers de la mode. Tout a commencé en 1993, avec la création du Pliage, un sac en nylon dont le succès n'a jamais été démenti. Véritable best-seller, il s'en vend chaque année quelque 2,5 millions. Son design simple et universel séduit autant les collégiennes de France ou du Japon que leurs mamans. Fabricant de it-bags, donc, chaque saison entraîne avec elle le modèle phare que toutes les fashionistas s'arracheront. À la rentrée, après le Gatsby ou le Légende, le Balzane viendra compléter la collection des incontournables, où figurent déjà les sacs imaginés par Kate Moss, fidèle collaboratrice de la marque. Développer le prêt-à-porter était une première immersion dans le milieu, alors sceller >>

© LONGCHAMP

Le Balzane, it-bag de saison.

-/ A faultless career for the French family firm that makes leather goods. Introduction by managing director Jean Cassegrain: "My grandfather started the business. Today my father, Philippe, heads it, my mother runs the shops, my sister, Sophie Delafontaine, is artistic director, and my brother, Olivier, lives in New York and looks after the American network." The brand's history is cause for admiration. It all began in 1948 when Jean Cassegrain started covering pipes in leather and selling them at a tobacconist. Mysteriously, they bore the name Longchamp. Why? A dual reference: to milling, from which comes casse-grain (grain crusher), and to horses, for the leather expertise derived from saddlery. At that time one of the last flour mills in Paris stood near the Longchamp racecourse, hence the name and the racing-horse logo designed by Turenne Chevallereau. So how did a smoking accessories vendor become a leather goods firm emblematic of the French Touch? By seizing opportunities and sensing the way the wind blew. "Leather is still our raison d'être but the way we use it has changed a lot," explains Jean Cassegrain. First the firm produced luggage, then small leather goods and finally it ventured into clothing and fashion accessories. One of the keys to Longchamp's success is its ability to reinvent itself. "Every season we bring out new models and >>

>> un partenariat avec une icône absolue s'avère être une voie royale ! En 2006, le top-modèle devient le visage de la marque. En 2010, elle signe sa première collection « Kate Moss for Longchamp » et des modèles hippies de luxe, à l'image de son style, seront déclinés dans chaque collection. Comment se traduit un tel succès ? L'année dernière, le chiffre d'affaires s'élevait à 321 millions d'euros, avec une croissance de 23 %. « L'année 2011 promet à peu près la même envolée, renchérit Jean Cassegrain. Cela démontre une certaine constance dans nos efforts. Il n'y a pas eu de changement stratégique ou politique dans la société. La persévérance finit toujours par générer des résultats. Nous nous sommes toujours concentrés sur la qualité en soignant le choix du cuir et, aujourd'hui, nos produits bénéficient de cette réputation qualitative. » Même si les deux tiers de la production sont encore réalisés en France, la griffe a toutefois dû délocaliser des ateliers en Tunisie, au Maroc, en Chine et à l'île Maurice. Elle ne s'en cache pas. « Les artisans étrangers travaillent les mêmes matières premières qu'en France. Et le résultat ainsi que la qualité sont identiques. Nous avons développé des modes opératoires et des processus de fabrication semblables dans chaque pays », nous précise-t-on. La vocation de Longchamp à l'avenir ? « Rester une entreprise familiale. C'est grâce à notre indépendance que nous pouvons garder un œil sur le long terme. Nous n'avons aucun compte à rendre à des actionnaires. » Le maroquinier au cheval de course semble décidément bel et bien lancé ! ♦

© LONGCHAMP

Campagne publicitaire de la collection « Kate Moss for Longchamp ».

>> we've developed notable innovations throughout our history," Jean Cassegrain continues. "In the 1970s we were the first to use nylon for luggage, in the days when it was very heavy so unsuitable for air travel! Then we refocused again in the '80s when handbags went from utilitarian to fashion accessory."

KATE MOSS, THE BRAND'S FACE

The firm was also one of the first luxury houses to sell its products on internet, from 2003. Longchamp was awarded the EPV label in 2007, as a "world reference" in high-end leather goods. International it certainly is: Jean Cassegrain started exporting back in 1950 and today 60% of sales are made abroad; the company sells in 101 countries and this year is opening shops in Hong Kong, Bangkok, Hanoi, Los Angeles, Milan, Lausanne and Nantes. The company has also successfully taken on the fashion scene, starting in 1993 with the nylon Pliage bag, still a best-seller to the tune of some 2.5 million sales per year. A simple, universal design popular with all clienteles worldwide. So it bags too, with each season bringing a limelight-hogging model that fashionistas rave about. This autumn the Balzane joins the collection of fashion musts, which includes bags designed with Kate Moss. Introducing ready-to-wear was the first step into fashion; the collaboration with a world icon has proved a huge leap forward! In 2006 the top model became the brand's face, in 2010 came the first Kate Moss for Longchamp collection, since then each collection has brought new luxury hippy models in her image. What does such success mean in figures? Last year's turnover was €321 million with a growth rate of 23%. "It looks like 2011 will be along the same lines," affirms Jean Cassegrain. "That demonstrates constancy of effort since there have been no changes in strategy or policy. Perseverance always brings results in the end. We've always concentrated on quality by choosing our leathers carefully; today our products are reputed for that." Two-thirds of Longchamp's manufacturing is still done in France, although the company openly admits it has had to move some workshops to Tunisia, Morocco, China and Mauritius. "The foreign artisans work with the same raw materials as in France and the results and quality are identical. We've developed similar operating methods and manufacturing processes in each country." Longchamp's vocation in the future? "To remain a family firm. It's our independence that allows us to keep an eye on the long term. We don't have to justify ourselves to shareholders." ♦

Exposition 18 novembre - 20 décembre 2011

WARHOL
BASQUIAT
An American Legacy

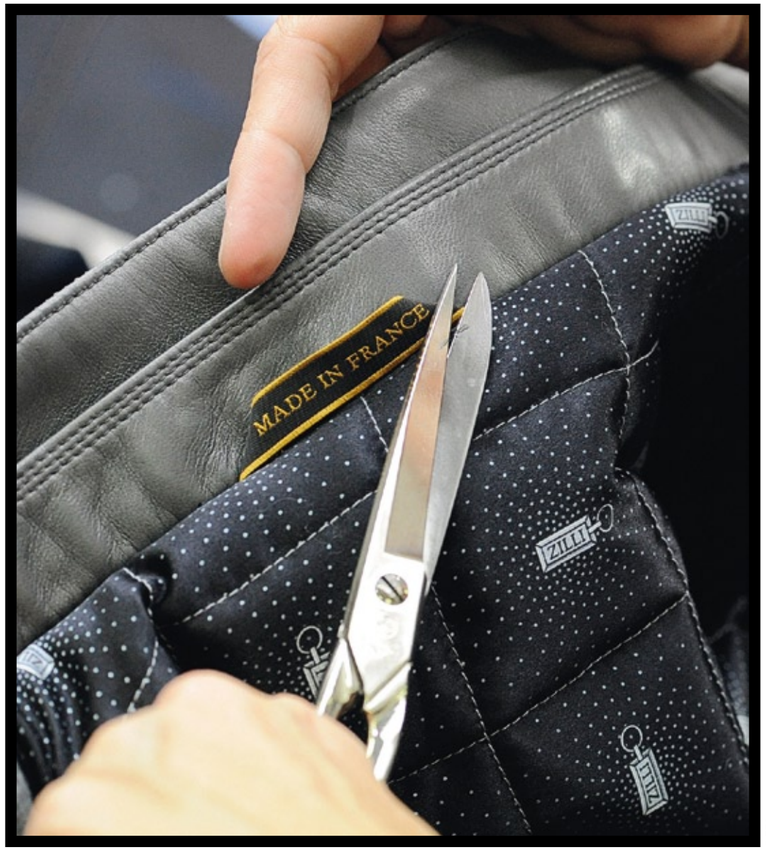
OPERA GALLERY

Place Longemalle 10-12 • 1204 Genève • Tel. +41 (0)22 318 57 70 • geneve@operagallery.com • www.operagallery.com
PARIS.MONACO.LONDON.GENEVA.NEW YORK.MIAMI.HONG KONG.SINGAPORE.SEOUL.DUBAI

Zilli

LE LUXE DANS LA DISCRÉTION

-/ ZILLI, LUXURY WITH DISCRETION



© REA

Dans les ateliers de Lyon, chaque geste nécessite une parfaite maîtrise, acquise après des années d'apprentissage.

© REA

Alain Schimel, le président fondateur de Zilli.

DANS LES ANNÉES 70, ZILLI N'ÉTAIT QU'UN MODESTE ATELIER INSTALLÉ À LYON. QUELQUE 41 ANS PLUS TARD, LE LEADER MONDIAL DE PRÊT-À-PORTER MASCULIN DE LUXE VIENT D'OBTENIR LE LABEL D'ENTREPRISE DU PATRIMOINE VIVANT. *Par Marjorie Modi*

-/ IN THE 1970S ZILLI WAS JUST A MODEST LYON TAILOR; 41 YEARS LATER IT'S THE WORLD'S LEADING LUXURY MENSWEAR LABEL AND WAS RECENTLY DESIGNATED A LIVING HERITAGE COMPANY.

De père polonais et de mère italienne, le jeune Alain Schimel, 28 ans, son diplôme de droit et de sciences politiques en poche, décide de reprendre l'entreprise familiale dans le quartier de Monchat, à Lyon. Nous sommes en 1970. Le sportswear de luxe vient de naître. « Zilli a d'abord affirmé son savoir-faire à travers l'outerwear. Blousons et manteaux se sont imposés comme la ligne maîtresse de la maison, à l'époque dans des versions inattendues car uniquement réalisées dans des matières luxueuses » explique Laurent Schimel, 37 ans, aujourd'hui directeur général de l'entreprise familiale.

CONQUÉRANT SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

Une première boutique voit le jour à Londres en 1983, puis à Paris, rue du Faubourg-Saint-Honoré. C'est le début d'une ascension fulgurante : Moscou, Kiev, Budapest, Dubaï, Beyrouth, New York ou encore Milan… Petit tailleur devenu grand, Zilli est aujourd'hui le leader mondial de l'habillement masculin de luxe, avec une présence dans plus de 32 pays, près de 150 points de vente et pas moins de 20 lignes de produits. La prochaine étape ? « Faire découvrir nos collections au marché asiatique » annonce, non sans fierté, le jeune dirigeant.

L'EXCELLENCE POUR HÉRITAGE

Malgré son rayonnement international, et face aux grands groupes de luxe, Zilli reste une entreprise familiale discrète. « Notre volonté est de transmettre un héritage », confie Laurent Schimel. C'est dans les ateliers lyonnais, sous les doigts experts d'une centaine d'artisans que l'histoire s'écrit. En témoignage de son « savoir-faire rare, notoire et indiscutable », Zilli vient d'obtenir le label Entreprise du patrimoine vivant. Autruche, crocodile, pécari, python…, comme pour les fourrures, chacune des peaux utilisées est soumise à une sélection impitoyable. « Nos collections doivent symboliser l'excellence des matières, des coupes, du confort et de la qualité. »

L'OBSESSION DU DÉTAIL

La singularité des pièces s'exprime dans des doublures audacieuses et des cols amovibles en fourrure (vison, castor, zibeline, chinchilla black velvet…). Zilli a su séduire des personnalités comme John Wayne, John Lennon, Francis Bacon ou encore Vladimir Poutine. Et Laurent Schimel de répondre, lorsqu'on l'interroge sur le sujet : « Le vrai luxe, pour nos clients, est de pouvoir compter sur notre discrétion. » Véritable secret de fabrication ou simple stratégie marketing, pour la maison lyonnaise, nul besoin de publicité : la qualité parle d'elle-même… ♦

-/ Alain Schimel, the son of a Polish father and an Italian mother, graduated in political science and law then at 28 decided to take over the family business in Lyon's Monchat district. That was in 1970; it marked the birth of luxury sportswear. "Zilli first established its knowhow through outerwear, with blousons and coats becoming the company's principal line; but they were unusual for that time as made only in luxury materials," explains Laurent Schimel, the family firm's 37-year-old managing director.

CONQUERING THE INTERNATIONAL SCENE

A first shop opened in London in 1983, then another in Paris, on Rue du Faubourg Saint-Honoré. It was the start of a meteoric rise: Moscow, Kiev, Budapest, Dubai, Beirut, New York… through to Milan this September. The little tailor has grown into the world's leading luxury menswear label, selling no less that 20 product lines in 32 countries through 150 sales outlets. "The next step is to take our collections to the Asian market," the young managing director announces, not without pride.

EXCELLENCE AS A HERITAGE

Despite international success and competition with the big luxury groups, Zilli has remained a discreet family business. "Our ambition is to pass on a heritage," Laurent Schimel confides. In the firm's Lyon workshops, the expert hands of 100-odd artisans continue writing its history and in recognition of its "rare, manifest and unquestionable knowhow", Zilli has just received the Entreprise de Patrimoine Vivant label. Each piece of fur or leather (ostrich, crocodile, peccary, python etc) it uses is selected with meticulous and demanding care. "Our collections must symbolise excellence, in materials, cuts, comfort and quality."

OBSESSION WITH DETAIL

The singular nature of these garments is evident in their audacious linings and removable fur collars – mink, beaver, sable, black velvet chinchilla. Zilli has won the hearts of such diverse celebrities as John Wayne, John Lennon, Francis Bacon and Vladimir Putin. When questioned on that subject, Laurent Schimel replies: "The real luxury for our clients is to be able to count on our discretion." Be it sartorial secrecy or marketing strategy, the Lyon firm has no need of advertising; the quality speaks for itself. ♦

La quintessence du luxe

LABEL EPV

THE EPV LABEL, QUINTESSENCE OF LUXURY

© ISM

Haute couture, maroquinerie, accessoire ou joaillerie… Ces univers multiples sont réunis sous un seul et même label. Liées par un même attachement à des techniques ancestrales, un savoir-faire unique et un travail artisanal, ces entreprises ont su s'inscrire dans l'histoire et bousculer les normes, en créant l'avant-garde avec des outils anciens, souvent centenaires, et en se réinventant chaque jour, sans jamais perdre leur identité. Il en existe plus de 900, nous en avons sélectionné dix. *Par Caroline Stefani*

-/ Haute couture, leather goods, accessories, jewellery… these diverse worlds come together under a single label. United by their shared attachment to age-old techniques, knowhow and hand crafting, these companies have shaken up norms and become a part of history, creating the avant-garde with traditional tools and reinventing themselves without ever losing their identities. Of the 900-plus EPV firms, we have selected 10.

Rauchen fügt Ihnen und den Menschen in Ihrer Umgebung erheblichen Schaden zu.
Fumer nuit gravement à votre santé et à celle de votre entourage.
Il fumo danneggia gravemente te e chi ti sta intorno.

Berluti

#1

© BERLUTI

Le mocassin Andy, couleur cacao, dessiné pour le maître du pop art.

L'entreprise, fondée en 1895, est l'un des maîtres de la chaussure sur mesure, spécialisée dans la création de bottes pour homme. Leurs modèles faits main se démarquent par leur forme caractéristique ainsi que leur confort. La maison maîtrise le travail de la patine et mène des travaux de réflexion sur la physiologie du pied. Leur spécificité est l'utilisation d'un cuir particulier, imaginé par la maison : le Venezia. -/ This company founded in 1895 is one of the masters of bespoke footwear, its speciality being men's boots. The hand-made models are instantly recognisable by their signature shape and extreme comfort. Berluti is expert in the art of patinas and is constantly working on foot physiology in collaboration with reputed surgeons. One special feature is the use of a particular leather it has developed: Venezia. ♦

Boucheron

#2

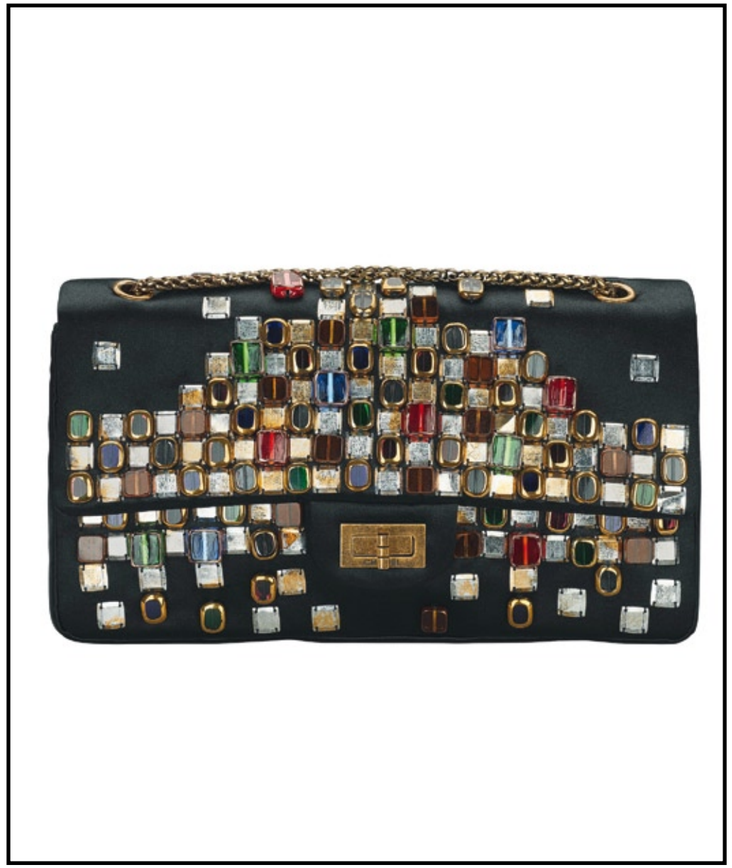
© BOUCHERON

L'intemporel collier Adam, en or blanc, pavé de rubis, de saphirs et de diamants.

Confectionnées à partir d'anciens dessins et dans de vieux moules de fabrication, ses créations sont une des références mondiales en matière de haute joaillerie. Créée en 1858, cette maison parisienne élabore au sein de ses ateliers des pièces uniques et des réalisations en série de bijoux et de montres. Au total, une vingtaine d'ouvriers qualifiés manient les techniques traditionnelles de création : le prototypage, le polissage, le sertissage et la gravure. L'entreprise possède plus d'une trentaine de boutiques dans l'Hexagone ainsi qu'à l'étranger. -/ Based on historic designs and crafted using antique moulds, these creations are a world reference in fine jewellery. The Paris jewellery house founded in 1858 creates one-off pieces and series of jewellery and watches in its workshops, where a score of skilled workers employ the traditional techniques of jewellery creation: prototyping, polishing, setting and engraving. The company owns more than 30 shops in France and abroad. ♦

Chanel

#3



© CHANEL

Le sac Mademoiselle s'habille de satin et de perles de verre multicolores.

Façonnée par Mademoiselle Chanel, la « Maison aux camélias », symbole de l'élégance à la française, a habillé le Tout-Paris de petites robes noires et de tailleurs en tweed. Aujourd'hui entre les mains des frères Wertheimer, et sous la direction artistique de Karl Lagerfeld, l'enseigne de haute couture parisienne réinvente ses classiques dans ses ateliers de la rue Cambon et dans les sept maisons d'art spécialisées, acquises par la marque, dont le bottier Massaro ou les broderies Lesage. -/ A symbol of French elegance, Coco Chanel's "camellia fashion house" clothed Paris society ladies in little black dresses and tweed suits. Today in the hands of the Wertheimer brothers and with Karl Lagerfeld as artistic director, the Parisian haute couture label reinvents its classics in its Rue Cambon workshops, with the help of the seven artistic craftsmanship firms it has acquired, which include shoemaker Massaro and embroiderer Lesage. ♦

Chaumet

#4

© CHAUMET

Le majestueux diadème Joséphine, en platine et diamants.

Joaillier attitré de Napoléon Ier et des cours européennes, la maison, installée au n °12 de la place Vendôme, perpétue un savoir-faire transmis d'un chef d'atelier à un autre depuis 1780. Joailliers, sertisseurs et polisseurs mettent en commun leurs compétences et manient des techniques traditionnelles pour interpréter les dessins du studio de création, le plus souvent sur mesure. L'enseigne s'est forgé un large patrimoine, comme les livres de perles et de pierres, les correspondances et modèles anciens de diadèmes. -/ Official jeweller to Napoleon and European royalty, the jewellery house at 12 Place Vendôme practises an expertise passed down from one workshop head to another since 1780. Jewellers, gem setters and polishers combine their skills and employ traditional techniques to bring the art studio's designs to life, most often for commissioned pieces. The company has built up a rich archive of books on pearls and gemstones, correspondence and antique tiaras. ♦

Dior

#5

© LAZIZ HAMANI

Le Lady Dior, revisité en croco rouge.

Référence incontournable, la maison fondée en 1947 par Christian Dior n'a jamais cessé d'éblouir. Ses tailleurs « bar » ou ses sacs Lady Dior sont désormais des classiques. Au n° 30 de l'avenue Montaigne, les 60 couturières et chefs d'atelier assemblent à la main les créations des deux collections annuelles. Haute couture, prêt-à-porter, joaillerie ou maroquinerie, les pièces siglées « CD » s'exportent aujourd'hui aux quatre coins de la planète. -/ A supreme reference, the fashion house that Christian Dior founded in 1947 has never failed to dazzle, its Bar suits and Lady Dior handbags now classics. At 30 Avenue Montaigne, the 60 couturiers and workshop heads make up the creations for its two annual collections by hand. Haute couture, ready-to-wear, jewellery and leather accessories bearing the CD logo are exported to the four corners of the world. ♦

Hermès

#6

© HERMÈS

Le Kelly devient monochrome avec le modèle So Black.

Née en 1837 et plébiscitée par Grace Kelly, la plus chic des selleries s'est imposée comme l'incarnation même du luxe. Créatrice de pièces légendaires, la maison est aujourd'hui sous la houlette artistique de Christophe Lemaire. Dans ses ateliers de confection, les ouvriers s'appuient depuis 170 ans sur le même modèle artisanal, ce qui permet l'utilisation, la transmission et la préservation de techniques maroquinières pointues, comme la connaissance des cuirs, la coupe ou la couture main. -/ The chicest of saddlers, founded in 1837, has grown into an incarnation of luxury, particularly appreciated by Grace Kelly. A creator of legendary items, the company today works under the artistic guidance of Christophe Lemaire. For 170 years the employees in its workshops have been applying the same model of craftsmanship, based on using, passing on and preserving leatherworking techniques of the highest order along with knowledge of leathers, cuts and hand stitching. ♦

J. M. Weston

#7

© J.M. WESTON

Derby à bout golf, sur triple semelle, issue de la ligne « Classiques ».

Référence dans l'univers de la chaussure de luxe pour homme, la manufacture française, établie depuis 1891 à Limoges, assure l'ensemble des étapes de fabrication, qui comprennent plus de 150 prises en main et exigent deux mois de travail, du choix de la peau jusqu'à la finition des pièces. Celles-ci sont réalisées dans la plus pure tradition, à l'instar du cousu norvégien du modèle Chasse ou du cambrage sur forme de la bottine. Le maître chausseur est également le seul à posséder sa propre tannerie de cuir pour semelles. -/ A reference in luxury men's shoes, this French company established in Limoges since 1891 does every bit of its manufacturing in its own factory: more than 150 interventions and two months' work for a pair of shoes, from choice of leather to finishing. These shoes are made in the purest of traditions, with Norwegian stitching for the Hunt model and special lasting for the ankle boots. This is also the only master shoemaker to have its own tannery for the sole leather. ♦

K. Jacques

#8

© K. JACQUES

La délicate sandale Picon, en cuir beige.

Imitées, mais jamais égalées, les véritables tropéziennes sont toujours produites dans les ateliers de la maison. Depuis 1933, les ouvriers manient un savoir-faire de haute technicité, partagé avec une seule autre entreprise en France. Les étapes de découpe, d'assemblage, de cloutage et de finition sont entièrement réalisées à Saint-Tropez et ce savoir-faire a très souvent été associé à des couturiers et des créateurs. Déclinées dans différentes formes, peaux ou couleurs, ces sandales sont le must tous les étés. -/ Imitated but never equalled, the genuine Saint-Tropez sandals are produced in this company's workshops, where since 1933 its workers have employed technical knowhow shared with only one other company in France. All the cutting, assembling, riveting and finishing is done entirely in Saint-Tropez and K.Jacques's knowhow has often contributed to the creations of couturiers and designers. Made in a wide variety of styles, leathers and colours, these sandals are a must every summer. ♦

Repetto

#9

© MATTHIEU DE MARTIGNAC

Les ballerines BB, déclinées façon arty.

Danseuses étoiles et fashionistas ne jurent que par les 300 modèles de ce maître incontesté de la ballerine et du chausson de danse, une référence depuis 1947. Son secret réside dans l'utilisation d'une technique particulière appelée le « cousu retourné », généralement employée dans le textile et la ganterie. Résultat, le chausson est monté à l'envers et la semelle se retrouve à l'intérieur. Pour employer cette méthode, ils ont dû mettre au point un procédé spécifique de fabrication. Toutes les étapes de découpe, de détourage et de piquage sont réalisées à la main. -/ Ballet dancers and fashionistas alike swear by the 300 models created by this unquestioned master of ballerina flats and ballet slippers, founded in 1947. Its secret is a special technique called "stitched and returned", habitually used in textiles and glove-making, in which the shoe is assembled inside out with the sole inside. To employ this method the company had to develop a special manufacturing process. Every single stage in cutting, trimming and stitching is done by hand. ♦

Van Cleef & Arpels

#10

© VAN CLEEF & ARPELS

Le mystérieux collier Zip Antique 1951, en or jaune, transformable en bracelet.

Née de la rencontre entre Estelle Arpels et Alfred van Cleef, et de leur amour commun pour la joaillerie, cette maison installée depuis 1906 place Vendôme a su s'imposer grâce à sa grande créativité, illustrée par des modèles emblématiques comme ses collections Zip. Son atelier réalise des pièces à l'unité, telles que le Serti Mystérieux, breveté en 1933, à ce jour encore production unique. Son secret ? Les pierres sont montées une à une sur une résille d'or, permettant de créer un pavage de pierres tout en dissimulant l'assemblage. -/ Born of Estelle Arpels and Alfred Van Cleef's meeting and their shared love of jewellery, this jeweller on Place Vendôme since 1906 has forged its reputation through its immense creativity, as illustrated by emblematic models such as the Zip collections. Its workshop produces singular pieces such as those employing the Mystery Setting patented in 1933, today still the only one of its kind. The secret of this is mounting the gemstones individually on gold mesh, so as to create a pavé setting in which only the stones are visible. ♦

Les créateurs qui montent !

FASHION DESIGNERS ON THE RISE!

Par Julie de los Rios

© JEAN-BAPTISTE MONDINO

Julien Fournié, vu par Jean-Baptiste Mondino.

©D.R

Julien Fournié

Après des études de médecine, ce diplômé de l'école de la Chambre syndicale de la couture parisienne entend habiller toutes les femmes, avec des looks « immédiatement portables dans la rue ».

ILS S'APPELLENT MAXIME SIMOËNS, ALEXANDRE VAUTHIER, BOUCHRA JARRAR, JULIEN FOURNIÉ OU GUILLAUME HENRY… TOUS PARTICIPENT À RENOUVELER L'ÉLÉGANCE À LA FRANÇAISE, CONVOITÉE DANS LE MONDE ENTIER. -/ THEIR NAMES ARE MAXIME SIMOËNS, ALEXANDRE VAUTHIER, BOUCHRA JARRAR, JULIEN FOURNIÉ, GUILLAUME HENRY. THEY'RE RENOVATING THE FRENCH ELEGANCE ENVIED THE WORLD OVER.

©D.R

Carven

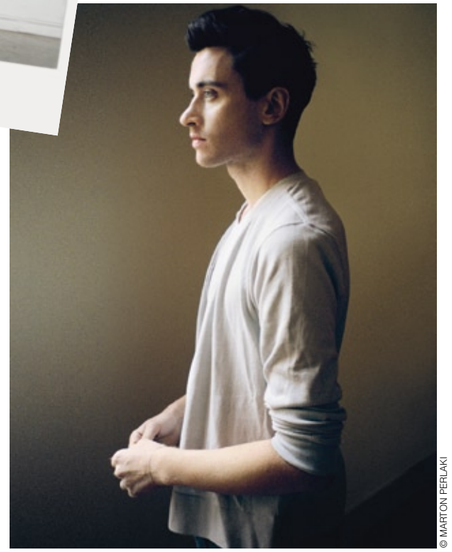
Après avoir étudié aux Beaux-Arts, à l'école Duperre et à l'IFM, Guillaume Henry débute chez Givenchy et Paule Ka. Depuis trois saisons, son approche pour Carven, entre flou artistique et justesse des lignes, séduit toute la planète mode.

Bonheur et joie de vivre ! En allant à la rencontre de la nouvelle garde de la couture française, nous ne pouvons faire qu'un constat : tous affichent le sourire et la bonne humeur de ceux qui ont atteint leur rêve d'enfant. « Je suis l'homme le plus chanceux du monde. Je rencontre des gens très intéressants et vis de ma passion. Pourvu que ça dure… » s'exclame Julien Fournié, à la tête de sa propre maison depuis 2009, après avoir fait ses classes chez Torrente, Gaultier ou Montana. Voilà maintenant trois saisons que l'on ne parle que d'eux. Cette jeune génération de couturiers qui ont osé ouvrir leur maison de couture éponyme. Maxime Simoëns, Julien Fournié, Alexandre Vauthier ou Bouchra Jarrar, ancienne recrue du studio Balenciaga, renouvelle chacun l'exercice de style, en alliant tradition des métiers d'art et modernité de la conception. En quelques saisons, ils ont séduit le milieu et habillent des stars internationales, comme Rihanna ou Beyoncé.

UNE EXCEPTION FRANÇAISE

Paris reste la seule capitale du monde où défile la haute couture. Et, pour preuve de la bonne santé de cette exception française, neuf membres invités figuraient sur le calendrier des défilés lors de la dernière semaine de la couture, en juillet, aux côtés de maisons institutionnelles comme Givenchy, Dior ou Chanel. « Alexis Mabille et Anne Valérie Hash ont ouvert la voie. Mais, je pense qu'il y a toujours eu des mouvements, des vagues de créateurs. Ce sont des cycles » poursuit Julien Fournié. Peut-on alors réellement parler d'une nouvelle vague ? « Il se passe des choses en contexte. D'un coup, on a décidé de se regarder le nombril. À l'heure de l'ultramondialisation, nous avons voulu montrer que nous avions des talents en France » nous explique Nilufar Khalessi, consultante mode, beauté et médias au bureau de conseil en innovation et création, Nelly Rodi. Lors des 3es Rencontres Nelly Rodi pour l'innovation, en juin dernier, elle dressait le portrait de cette *New French Touch*. Pour elle, cette génération créative se partage en 5 familles : les « Tradiscrets », les « BCBD » – comprendre « bon chic bien décalé » – les « Night Erotics », les « Popu' Street » et les « Happy Popu ». Si cette nouvelle garde existe bien, tous s'accordent pourtant à dire qu'ils ne sont pas un phénomène nouveau. Maxime Simoëns, jeune Lillois de 27 ans, ancien élève de la Chambre syndicale de la couture parisienne, a débuté auprès d'Elie Saab, Jean-Paul Gaultier, John Galliano pour Christian Dior et Nicolas Ghesquière pour Balenciaga, avant de se lancer dans sa propre aventure. Sa théorie ? « La mode française avait besoin d'un renouveau. La France a donc décidé de soutenir ses jeunes talents comme le faisait déjà depuis des années Anna Wintour, rédactrice en chef du Vogue américain ».

Concrètement, comment se traduit ce désir d'aider la création française ? Chaque année, les Grands Prix de la création de la ville de Paris distinguent les jeunes talents de la mode, du design et des métiers d'art, en offrant une bourse à un créateur débutant et un créateur confirmé dans chaque discipline. En juin dernier, les Élans de Mode, remis par la Fédération française du prêt-à-porter féminin, rendaient hommage aux créateurs, hommes et femmes, qui contribuent à faire évoluer et rayonner dans le monde la New French Touch, la nouvelle élégance à la française. Parmi les 10 lauréats, le duo Lefranc-Ferrant, qui propose une garde-robe chic et féminine depuis huit ans : « C'est à la fois une mise en lumière mais aussi une sécurité. Nous sommes aussi des entrepreneurs et ce soutien nous permet de gagner du temps pour être créatifs » explique Béatrice Ferrant. Car tout n'est pas si rose, en effet. N'oublions pas que la haute couture n'est pas un marché lucratif. « La couture permet au



© MARTON PERLAKI

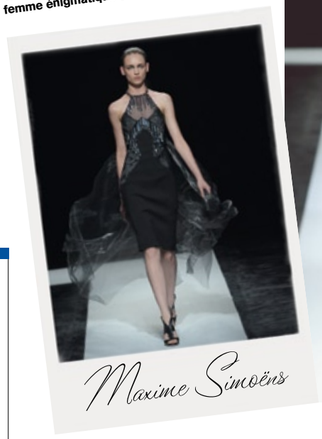
Guillaume Henry, directeur artistique de Carven depuis 2010.

-/ Happy and joyful! On meeting French couture's new guard, those words immediately spring to mind; they all have the big smiles and cheeriness of people who have achieved their childhood dream. "I'm the luckiest man in the world. I meet very interesting people and live my passion. Long may it last!" exclaims Julien Fournié, heading his own label since 2009 after learning the ropes at Torrente, Gaultier and Montana. For the last three seasons everyone's been talking about the young generation of couturiers who are daring to set up their own fashion houses. Maxime Simoëns, Julien Fournié, Alexandre Vauthier and Bouchra Jarrar (a former Balenciaga recruit) are each rewriting the style exercise by combining the tradition of artistic craftsmanship with conceptual modernity. In a few seasons they have charmed the fashion world and they dress international stars of the likes of Rihanna and Beyoncé.

A FRENCH EXCEPTION

Paris is still the only capital to have haute couture shows. Proving this French exception is in good health, this July's couture week shows included nine new guests alongside such institutions as Givenchy, Dior and Chanel. "Alexis Mabille and Anne Valérie Hash opened the way. But I think there have always been waves of new designers; it's cyclical," continues Julien Fournié. Another New Wave? Nilufar Khalessi, fashion, beauty and media consultant at the Nelly Rodi innovation and creation consultancy explains it thus: "We want to show this mega-globalised

Inspirée par le cinéma fantastique et Nosferatu, l'un des premiers films sur le comte Dracula, la deuxième collection de Maxime Simoëns se veut plus noire, avec des références art déco. Pour une femme énigmatique et néoromantique.



© D.R.

Le salut final de Maxime Simoëns, lors de son dernier défilé.

créateur de s'exprimer dans la démonstration. C'est une rêverie idéale, où le talent est exploité à son maximum, mais cela ne rapporte pas d'argent » poursuit Nilufar Khalessi. Un propos appuyé par Julien Fournié. « J'avais envie de liberté. Mais c'est aussi la liberté d'avoir des soucis, d'argent, d'organisation… Cependant la passion reste la plus forte. »

UNE ALLURE ENVIÉE DANS LE MONDE

D'autres préfèrent mettre leur talent au service d'une maison déjà existante. Autre exception française : ces « vieilles endormies » qui réinvestissent le devant de la scène grâce à l'arrivée d'un directeur artistique. Ce fut le cas, il y a dix ans, quand Alber Elbaz débarquait chez Lanvin. Aujourd'hui, fashionistas et autres modeuses averties n'ont qu'un seul nom à la bouche : Guillaume Henry. Arrivé à la tête de la direction artistique de Carven, une maison fondée en 1945, l'ex-premier assistant de Riccardo Tisci chez Givenchy renouvelle l'allure de la Parisienne, contrastée, en alliant conception parfaite du vêtement et justesse des matières. L'héritage couture de la maison s'inscrit désormais dans le futur. Depuis trois saisons, la garde-robe inspirée de Guillaume Henry séduit les stars internationales, d'Alexa Chung à Emma Watson, en passant par Demi Moore ou Gwyneth Paltrow. Quand la fille d'Inès de la Fressange, Nine d'Urso, égérie de Bottega Veneta, se rend au mariage princier d'Albert de Monaco et Charlène Wittstock, elle pioche dans la collection Carven comme d'autres épluchent les lookbooks haute couture. Un sursaut de popularité, qui donne lieu à de nombreux événements. La maison a récemment ouvert sa première boutique parisienne, rue Saint-Sulpice. Cette année, Guillaume Henry signe une collection capsule, en partenariat avec le chausseur Robert Clergerie, baptisée Carven & Clergerie. La griffe nous propose une garde-robe en volume, aux lignes ajustées, qui dessine une silhouette sobre et luxueuse. En bref, une allure à la française, que toute la planète tente d'imiter.

Car la French touch attise la convoitise des femmes du monde entier. Cette élégance l'air de rien, ce chic sans trop en faire… Tant et si bien que l'on s'arrache aussi les looks prêts-à-porter d'Isabel Marant et Vanessa Bruno. Cette dernière a ouvert, ces deux dernières années, des boutiques à Londres, Los Angeles, Beyrouth et Madrid. Le regain de créativité se traduit également avec l'explosion de petites marques made in France. Parmi ces nouvelles griffes, notons Bleu de Paname, FrenchTrotters ou Cavalier Bleu. Tous prônent un vestiaire idéal, fabriqué en France. En tant que précurseur, la joyeuse griffe Paul & Joe a fêté cette année son 15e anniversaire. Le défi de cette jeune génération ? « J'essaie de définir les codes de ma maison, de saison en saison. J'aimerais lancer mon prêt-à-porter, mes lignes homme, lingerie et même maison, quand je trouverai les bons partenaires financiers » explique Julien Fournié. L'objectif ? S'inscrire dans le temps… ♦

>> world that France has talent." At the third Rencontres Nelly Rodi in June, she analysed this New French Touch generation that she divides into five families: Tradiscrets, BCBD *(bon chic bien décalé:* very offbeat chic), Night Erotics, Popu' Street and Happy Popu. Maxime Simoëns, age 27, Lille born, Paris trained, worked under Elie Saab, Jean-Paul Gaultier, John Galliano for Christian Dior and Nicolas Ghesquière for Balenciaga before striking out alone. His theory: "French fashion needed a revival, so France decided to support its talented young designers."

How does it do this? Every year the Paris Grands Prix de la Création award grants to talented youngsters in fashion, design and the artistic crafts, two in each category (debutant and confirmed). Last June, the Fédération Française du Prêt-à-porter Féminin's Elans de Mode prizes spotlighted creative men and women who are helping develop and promote the New French Touch worldwide. The 10 prize-winners included the Lefranc-Ferrant duo, which has been offering a chic feminine wardrobe for eight years now. "It gets you noticed but it also means security. We're entrepreneurs as well so it means we have more time to be creative," Béatrice Ferrant explains. For we should remember that haute couture isn't lucrative. "Couture allows a designer to express themselves demonstratively. It's an ideal dream in that it gives talent a full rein but it doesn't earn money," Nilufar Khalessi points out, backed up by Julien Fournié: "I wanted creative freedom but that also means worries about money, organisation etc. However, the passion overcomes all that."

AN ALLURE ENVIED WORLDWIDE

Others prefer to express their talents within an existing fashion house. Another French exception are the 'sleeping beauties' that are back in the limelight thanks to an artistic director. Ten years ago it was Alber Elbaz coming to Lanvin. Today those in the know have one name on their lips: Guillaume Henry, previously Riccardo Tisci's first assistant at Givenchy. Since he has been artistic director for Carven (founded 1945), he has updated the Parisienne allure through perfectly conceived garments in apposite materials; the label's couture heritage is now inscribed in the future. Guillaume Henry's inspired wardrobe charms international stars such as Alexa Chung, Emma Watson, Demi Moore and Gwyneth Paltrow; for the wedding of Prince Albert of Monaco and Charlene Wittstock, Nine d'Urso, Inès de la Fressange's daughter and the face of Bottega Veneta, dipped into the Carven collection. This new-found popularity has led the fashion house to open its first Paris shop, on Rue Saint-Sulpice, and this year Guillaume Henry has worked with shoemaker Robert Clergerie to produce the Carven & Clergerie capsule collection. Carven offers an extensive wardrobe of nicely fitted garments that create a sober, luxurious silhouette. The kind of French allure the whole planet tries to imitate.

Indeed, women the world over lust after the French Touch – that nonchalant elegance, that effortless chic. Isabel Marant's and Vanessa Bruno's ready-to-wear is also walking off the shelves; in the last two years Vanessa Bruno has opened shops in London, Los Angeles, Beirut and Madrid. The creative upsurge has likewise brought a legion of new small French labels such as Bleu de Paname, FrenchTrotters and Cavalier Bleu, all offering excellent clothes made in France. Their precursor, the joyful Paul & Joe label, celebrates its 15th birthday this year. The challenge for this young generation? "I try to define my brand identity more precisely each season. I'd like to launch my own ready-to-wear, men's lines, lingerie and even homeware, when I find the right financial partners," says Julien Fournié. The goal? To become a fashion fixture… ♦

Shooting

FRENCHTOUCH

PETIT TOUR COTÉ MODE AVEC UN SHOOTING SPÉCIAL… EN EFFET, LE TEAM COTE, PRESQUE AU COMPLET, S'EST PRÊTÉ AU DIFFICILE EXERCICE DE « MANNEQUINS » LE TEMPS D'UN APRÈS-MIDI. PREMIER CONSTAT DEVANT L'OBJECTIF : POSER, SOURIRE, AVOIR L'AIR NATUREL OU TOUT SIMPLEMENT NE PAS BOUGER, C'EST UN VRAI MÉTIER !
EN ESPÉRANT QUE VOUS AUREZ AUTANT DE PLAISIR À PARCOURIR CES PAGES QUE NOUS EN AVONS EU À « JOUER » LES MODÈLES… ON A EU LES FOUS RIRES EN PLUS !

Lui, Costume et Chemise Tom Ford, Montre Patek Philippe, Slippers Shipton & Heneage
Elle, Chaussures Salvatore Ferragamo
Lui, Veste Etro, Chemise Paul Smith, Jeans Diesel

Veste Gucci, Chemise Dolce & Gabbana, Pantalon TopShop,
Foulard Hermès, Chaussures Tods, Montre Rolex Paul Newman

Pantalon Bel Air, Pull Salvatore Ferragamo
Chaussures Walter Steiger

Veste Robe et Casquette Chanel
Chaussures Christian Dior
Montre Rolex Chrono «Black»

Pantalon Bel Air, Chemisier Yves Saint Laurent, Chaussure
Alexander McQueen, Montre Audemars Piguet Royal Oak

Robe A-NAÉ
Chaussures Walter Steiger

Costume Smalto, Chemise Ralph Lauren

Veste, Chemise, Echarpe La Martina
Jeans Jacob Cohen, Chaussures Tods

Robe Prada
Chaussures Walter Steiger

Robe Bel Air
Chaussures Christian Dior
Montre Patek Philippe Nautilus

Robe Repeat
Chaussures Walter Steiger

Robe Repeat, Bottes Chanel, Bracelet Chanel
Robe Chloée & cardigan Bon Genie Grieder, Bottes Fourée Christian Dior

Veste & Blouse Christian Dior, Pantalon Bel Air, Chaussures Christian Dior

Robe Repeat,
Chaussures Walter Steiger

Robe Prada
Chaussures Walter Steiger

Chemisier et Veste Bel Air
Pantalon Yves Saint Laurent
chaussures Salvatore Ferragamo

Robe A-NAE
Chaussures Walter Steiger

Saharienne, Chemise et Ceinture Hackett
Jeans Diesel, Chaussures Tod's

Robe et veste Christian Dior

Veste Hackett
Chemise Dolce & Gabbana
Pantalon TopShop
Chaussures Mogan

Pantalon Bel Air
Pull Salvatore Ferragamo
Chaussures Walter Steiger

Blouse et Veste Yves Saint Laurent
Bottes Chanel

Veste Etro, Pantalon Replay,
Chemise Ralph Lauren

Robe Monalisa
Veste & Pull Paul Smith pantalon Armani junior
Robe et Cardigan Paul & Joe

Robe et Cardigan Paul & Joe

Robe Chloée & Cardigan Bon Genie Grieder, Bottes Fourrée Christian Dior
Pull Christian Dior, Jupe Lacoste, Chaussures Christian Dior, Robe Monalisa

Pull Christian Dior, Jupe Lacoste
Chaussures Christian Dior

Robe Bluemarine

Robe Mona Lisa
Costume Garçon Francesco Smalto
Robe Bluemarine
Robe Chloée & Cardigan Bon Genie Grieder

Robe Christian Dior

Chemise Etro
Pull Bon Genie Grieder
Pantalon Diesel
Chaussures Christian Dior

Twin Set Bon Genie Grieder
Jupe Ralph Lauren
Chaussures Christian Dior

Costume Garçon Francesco Smalto
Chaussures « Gazelle » Adidas

Robe Monalisa

FRENCHTOUCH : shooting

Costume Paul Smith
Chemise et Cravate Etro,
Chaussures JM Weston

NOUS TENONS ÉGALEMENT À REMERCIER DANS LE DÉSORDRE LES BOUTIQUES SUIVANTES; CHANEL, ANITA SMAGA, BONGÉNIE GRIEDER, CHRISTIAN DIOR, SMALTO, MADISON STORE, REPEAT, SALVATORE FERRAGAMO, DANIEL BENJAMIN, HACKETT, BEL AIR, WALTER STEIGER, TOD'S, LACOSTE, A-NAE

COIFFEUR : SALON JEAN-LOUIS DAVID FLORISSANT
MAKE-UP :
PHOTOGRAPHE : PIERRE ORSSAUD / LE TEAM
LUMIÈRE : ALDO
DIRECTION ARTISTIQUE : EL PEDRO

MADISON STORE
WOMAN

RALPH LAUREN *Blue label*
FAÇONNABLE
STEFANO LOBBI
BOGNER

Ouverture le 26 novembre 2011

9 RUE DE LA TOUR MAITRESSE • GENÈVE

Par Julie Rovero

Rencontre avec **Benjamin Diamond,**

L'ARTISTE AUX 3 MILLIONS DE SINGLES VENDUS AVEC STARDUST !

COTE MEETS STARDUST VOCALIST BENJAMIN DIAMOND, THE MAN BEHIND THE THREE-MILLION-SELLING SINGLE, MUSIC SOUNDS BETTER WITH YOU.

LES ANNÉES 90 EN MUSIQUE ONT ÉTÉ MARQUÉES PAR LA FAMEUSE FRENCH TOUCH. DAFT PUNK, AIR, ETIENNE DE CRECY OU SHAZZ - POUR NE CITER QU'EUX - ONT MARQUÉ TERRIBLEMENT CES ANNÉES-LÀ, CES ANNÉES HOUSE. CONNAISSANT UN VÉRITABLE ESSOR À L'ÉTRANGER, CES ARTISTES SE SONT VUS RÉUNIR SOUS CE LABEL « FRENCH TOUCH », LA « PATTE FRANÇAISE » IMPRÉGNÉE D'UN PASSÉ FUNK ET DISCO. BENJAMIN DIAMOND, AVEC NOTAMMENT SON SUCCÈS PLANÉTAIRE *MUSIC SOUNDS BETTER WITH YOU* SIGNÉ STARDUST, REVIENT SUR CES ANNÉES D'EFFERVESCENCE ! -/ FRENCH HOUSE WAS ONE OF THE BIGGEST THINGS TO HIT THE MUSIC SCENE IN THE 90S, WITH BANDS INCLUDING DAFT PUNK, AIR, ETIENNE DE CRECY AND SHAZZ, TO NAME BUT A FEW. HUGELY POPULAR BEYOND ITS NATIVE FRANCE, THE SO-CALLED 'FRENCH TOUCH' WAS AN ENTICING COMBINATION OF FUNK AND DISCO, INCLUDING STARDUST'S GLOBAL HIT *MUSIC SOUNDS BETTER WITH YOU*, WITH VOCALIST BENJAMIN DIAMOND…

-/ Tell us about your beginnings in music. When did you first get interested? Have you always wanted to be a star?
I started out in music at a very young age: my Mum enrolled me in a choir when I was six, so I sang in church for six years. After that, I started singing in groups in the lycée, and I've never stopped.
I never really wanted to be a 'star' as such, but my discs have all sold really well.

Stardust 'Music sounds better with you' How did the title come about? How do you get over such a huge hit, and carry on?
The title grew out of my collaboration with Alan Braxe and Thomas Bangalter. I've known Braxe since high school, and he introduced me to Thomas from Daft Punk, fifteen years ago now. At the time, Alan had brought out a long-play title on the Roulé label (T. Bungalter's personal fief), so it was quite natural, one day, to find ourselves in the studio with Daft, to record Music sounds better with you.
We sold three million singles, and the title went to No. 2 in the UK charts. We took it in our stride, and we've taken advantage of our success since then, to do our own thing.

When did you first hear people talking about the 'French Touch'? When did you first feel like you were part of something big? How would you define the 'French Touch'? Who would you say were the movement's natural heirs?
In fact, I really think the term 'French Touch' was invented by journalists who didn't know quite how to get a handle on the success of a new generation of film-makers, musicians, painters, even writers.
I suppose I was part of the 'French Touch' – especially given that I've played a role in introducing and developing French music internationally. I'm not sure the movement has any descendants, in fact. What's clear is that in 1997, Daft Punk contributed to the export of a particular creative approach, right around the world. In 2011, there's a whole generation of designers, musicians, authors and French film makers who are working to get people dreaming and dancing, irrespective of national frontiers.

How would you define what you're doing today? Your latest projects?
How do I define myself? Good question. I write music, and I'm a producer, DJ, singer… I pursue my relentless quest for the absolute in art! I would say I'm a complete artist. That's a luxury today, and I'm well aware of that, but I wouldn't do anything else, for all the world.
Times have really changed, and communications tools, too. There's so much information circulating out there on the Net today. The great challenge of the years ahead will be to find solutions so that artists can carry on producing new work. I'm currently working on a new album with the German label Kompakt. It should come out at the end of this year – so watch this space! ♦

http://soundcloud.com/benjamin-diamond
http://benjamindiamond.tumblr.com/

L'origine - Depuis quand la musique ? Depuis quand voulez-vous être une star ?!
J'ai commencé la musique très tôt. Vers l'âge de 6 ans, ma mère m'a inscrit dans une chorale. J'ai donc chanté pendant plus de 6 ans à l'église… Ensuite, j'ai commencé à faire des groupes au lycée et je ne me suis jamais arrêté… Je n'ai jamais voulu vraiment être une « star » mais il se trouve que mes disques ont beaucoup marché…

1998 - Stardust « Music sounds better with you » Comment est né ce titre ? Combien de singles vendus ? Comment se remet-on d'un tel succès ?
Ce titre est le fruit de ma collaboration avec Alan Braxe et Thomas Bangalter. Je connais Braxe depuis le collège et c'est lui qui m'a présenté Thomas des Daft Punk il y a maintenant une quinzaine d'années. À l'époque, Alan sortait un Maxi sur le label Roulé (label perso de T.Bangalter) et c'est tout naturellement qu'un jour, nous nous sommes retrouvés dans le studio des Daft pour enregistrer « Music sounds better with you ».
Nous avons vendu environ 3 millions de singles et le titre a été numéro 2 en Angleterre. On s'en remet très bien et surtout on en profite pour faire un peu ce qu'on veut … ☺

Quand avez-vous entendu parler de la French Touch pour la première fois ? A partir de quand avez-vous eu l'impression d'appartenir à la French Touch ? Votre définition de la French Touch ? Qui sont selon vous les héritiers ?
En fait j'ai le sentiment que le terme « French touch » a surtout été inventé par des journalistes qui ne savaient pas trop comment aborder le succès d'une nouvelle génération de cinéastes, musiciens, peintres et même écrivains. Faire partie de la « French touch », si on veut… en considérant effectivement que j'ai participé à l'avènement et au développement de la musique française à l'étranger … ?
Je ne sais pas s'il faut parler d'héritage en ce qui concerne la « French Touch ». Ce qui est sûr, c'est qu'en 1997, les Daft Punk ont contribué de manière très explicite à l'exportation d'une certaine idée de la création aux quatre coins du globe.
En 2011, il y a toute une génération de designers, musiciens, auteurs, cinéastes français, qui, au-delà des frontières, essaient de faire rêver, danser les gens.

Comment vous définissez-vous aujourd'hui ? Vos projets à venir ?
Comment se définir soi-même, c'est une bonne question… Je suis musicien auteur, producteur, Dj, chanteur, je poursuis ma quête effrénée vers l'absolu, je dirais que je suis un « artiste » à part entière. C'est aujourd'hui un luxe, et j'en suis tout à fait conscient, mais pour rien au monde je voudrais faire autre chose.
L'époque dans laquelle nous vivons a vraiment changé, les outils de communication aussi. Il y a tellement d'informations qui circulent sur le net aujourd'hui, le grand défi des années à venir est de trouver des solutions pour que les artistes continuent à produire.
Je suis actuellement en préparation d'un nouvel album sur le label allemand Kompakt. Il devrait sortir en fin d'année. A bientôt !

Par Julie Rovero

S'exporter pour exister !

EXPORT OR PERISH!

Jeune génération, Street art à l'honneur avec Mr Brainwash L'artiste qui vit à L.A. revisite le Pop Art en art urbain… et rencontre un vif succès !
-/ The young ones: Celebrating Street art with Mr Brainwash The LA-based artist is revisiting Pop Art with an Urban/Street twist – and enjoying huge success as a result!

Martial Raysse - L'année dernière à Capri (titre exotique) - 1962 – Huile, papier, collage, glycerospray et cadre en bois peint - 184x134,6cm

Martial Raysse – Le plus Pop des artistes français !
>> L'artiste français vivant le plus cotés de la planète 4,2millions d'euros pour L'année dernière à Capri (titre exotique) adjugé à Londres en février 2011.
-/ Martial Raysse – French art's prince of Pop
>> The world's most expensive living French artist. 4.2 million euros for L'année dernière à Capri (titre exotique), at auction in London, February 2011.

Mr Brainwash (« MBW ») - Brother Ray 2009 – Sérigraphie signé et numérotée édition 50 - 56x76cm

Robert COMBAS - La vénus en cage liée - 1996 - Huile sur toile - 154x117cm – collection particulière

Robert Combas – Monsieur Figuration libre !
L'artiste français vivant le plus vendu en France.
Artiste emblématique de la Figuration libre, Robert Combas a su créer une mythologie moderne, un langage visiblement universel !
-/ Robert Combas – Monsieur Figuration libre.
The living French artist with the highest French sales
Robert Combas is the icon of the Figuration libre movement, the creator of a truly universal visual language, and an enduring modern myth.

SI LES ARTISTES FRANÇAIS DU XIXÈME SIÈCLE – MATISSE, MONET, RENOIR OU ENCORE RODIN – FIGURENT DEPUIS LONGTEMPS EN TÊTE DES VENTES AUX ENCHÈRES, LES ARTISTES CONTEMPORAINS SEMBLENT AVOIR PLUS DE MAL À SE FAIRE UNE PLACE SUR LE MARCHÉ INTERNATIONAL. LE RETARD SEMBLE TOUTEFOIS S'ATTÉNUER… DU MOINS À L'ÉTRANGER ! -/ FRENCH ARTISTS OF THE 19TH AND EARLY 20TH CENTURIES – MATISSE, MONET, RENOIR OR RODIN – HAVE LONG BEEN ESTABLISHED AS 'BLUE CHIP' NAMES ON THE INTERNATIONAL ART MARKET. CONTEMPORARY FRENCH NAMES HAVE RECENTLY FOUND IT HARDER TO MAKE THE BREAK ABROAD – BUT NOW ALL THAT LOOKS SET TO CHANGE…

La Chassagnette

LE JARDIN ÉTOILÉ DANS VOTRE ASSIETTE !

LA CHASSAGNETTE: GARDEN-FRESH MICHELIN-STARRED COOKING

UNE ROUTE EN PLEINE CAMPAGNE OU PLUS PRÉCISÉMENT EN PLEINE CAMARGUE. UN PANNEAU DISCRET « LA CHASSAGNETTE » ANNONCE LE PREMIER RESTAURANT BIO ÉTOILÉ DE FRANCE. A L'ORIGINE ? MAJA HOFFMANN, L'HÉRITIÈRE DES LABORATOIRES SUISSES ROCHE, ENGAGÉE DANS L'ART, ENGAGÉE DANS LE BIO. AUX MANETTES DEPUIS 2006 ? LE CHEF ARMAND ARNAL, DISCIPLE D'ALAIN DUCASSE PENDANT 7 ANS. EN CE DÉBUT D'ÉTÉ, IL NOUS ACCUEILLE DANS SON PETIT PARADIS…

-/ ON A COUNTRY ROAD IN THE HEART OF THE CAMARGUE, A DISCREET SIGN ANNOUNCES LA CHASSAGNETTE, FRANCE'S FIRST MICHELIN-STARRED ORGANIC RESTAURANT. THE WOMAN BEHIND THE OPERATION IS SWISS ROCHE LABORATORIES HEIRESS MAJA HOFFMANN, A DEDICATED ART LOVER AND ORGANIC FOOD ENTHUSIAST. THE CHEF BEHIND THE MICHELIN STAR IS ARMAND ARNAL, A SEVEN-YEAR DISCIPLE OF ALAIN DUCASSE. COTE VISITS A SMALL CORNER OF PARADISE, ON A HOT SUMMER'S DAY…

Devant la terrasse abritée sous ses canisses, un immense potager-verger assure un charme sauvage à cette ancienne bergerie.

« Profitez du jardin avant le déjeuner si vous le souhaitez » nous propose-t-on à notre arrivée. Environ 180 variétés de fruits, légumes et aromates… de quoi éveiller nos papilles.

A table, l'ambiance n'est pas guindée, de petits guéridons sans nappe en face du potager ou de grandes tables à partager. Le service est souriant et décontracté sans jamais oublier d'être professionnel. Inutile donc de sortir la cravate ou les talons, ouf !

Au menu, la cueillette dicte les recettes. « Ici, la viande et le poisson sont les accompagnements » nous explique le Chef. Tout est dit.

Bien sûr, les plats sont conjugués également avec les produits locaux comme le taureau de Camargue ou le poisson… la mer n'est pas loin !

« Ecrevisses de Camargue, carottes confites au curcuma & basilic pourpre » Dans l'assiette, c'est coloré, beau et sans chichi. En bouche, c'est l'explosion de saveurs : basilic, coriandre, curcuma, fenouil, céleri, ail, oignon, citron et tomates, c'est toute une histoire de jardin sous le palais. « Daurade Royale braisée, girolles & cœur de bœuf au miso » Si le Chef Armand travaille avec les produits de son potager - entretenu par pas moins de 5 personnes - , il prend beaucoup de plaisir à dégoter de nouveaux aromates au gré de ses voyages. Son petit plaisir, le Japon. De son voyage annuel, Armand Arnal avait pris l'habitude de ramener un élément (comme le miso à base de soja), une herbe (la merveilleuse feuille de shiso) ou une technique (la coupe du poisson par exemple).

« De mon apprentissage chez Alain Ducasse, j'ai évidemment conservé le respect des produits et des saisons » Mais son intérêt pour la cuisine remonte à son enfance « Avec ma famille de Montpellier, on aimait se retrouver pour un beau moment autour d'une table.

J'ai voulu garder cette notion de partage, c'est pour cela que je cuisine ! » En dessert, on fond pour sa « figue maison, crème de tonka et noix de pécan caramélisé », les fruits sont tout juste cueillis et ça se sent ! « Je fais une cuisine intuitive, en fonction du potager, des produits, de mes envies. On crée le matin et le midi c'est à la carte ! Ensuite, la recette peut évoluer sans cesse. » Ici, le menu est renouvelé en permanence… excellente raison pour y retourner le plus souvent possible !

La Chassagnette- Le Sambuc 13200 Arles - +33 4 90 97 26 96 - www.chassagnette.fr

Extending in front of the terrace – a haven of dappled shade beneath reed-thatched pergolas – the huge kitchen garden and orchard complement the rustic charms of this delightful old bergerie.

We're invited to 'take a look around the garden before lunch…' Some 180 varieties of fruit, vegetables and aromatic herbs – a delicious appetizer in its own right.

On the terrace, the atmosphere is plain and unpretentious: small occasional tables and larger refectory-style tables for sharing (not a tablecloth in sight) are arranged overlooking the garden. Service is friendly and relaxed, but thoroughly professional. Ties and heels are strictly 'off' – thank goodness!

The menu follows the seasonal treats available in the garden. 'Meat and fish are the side dishes accompanying the vegetables here,' explains Armand Arnal. But Camargue beef, local fish and seafood take pride of place, of course – the Med is a stone's throw away!

'Camargue crayfish with a confit of carrots, turmeric and purple basil'. Colourful cuisine, beautifully and unfussily presented, delivering an explosion of flavour: basil, coriander, turmeric, fennel, celery, garlic, onion, lemon and tomatoes. A complete tour of the garden in one sublime mouthful.

'Braised sea-bream with girolle mushrooms, beef heart and miso.' Chef Armand works with products from his kitchen garden – cultivated by a team of five gardeners – but delights, too, in finding new flavours and seasonings on his travels around the world. Japan is a personal passion, the object of an annual journey from which Armand returns each time with a new ingredient (soya-based miso paste this year), herb (the fabulously delicious shiso leaf), or technique (new ways of cutting and filleting fish, for example).

'My time with Alain Ducasse has taught me to respect individual ingredients, and the seasons, of course,' he says. But his fascination with cooking dates back to his childhood. 'My family in Montpellier always loved to get together around the table. I want to keep that sense of sharing alive today – it's the reason why I'm a chef!'

Dessert is an irresistible dish of 'home-grown figs, tonka bean cream and caramelised pecan nuts.' The fruit is fresh from the tree – with a wonderful aroma.

'My cooking is intuitive, based on what's available from the garden, seasonal produce, my mood. We create new dishes fresh each morning, and by lunchtime they're on the menu! Individual recipes are constantly evolving, too.' Needless to say, the menu changes with the passing weeks and seasons – a very good reason to return, time and again. ♦

Malongo

GRAINS D'EXCELLENCE
-/ CULTIVATING EXCELLENCE

© MALONGO

L'art du café, selon Malongo.

SAVOIR-FAIRE, ENGAGEMENT ÉTHIQUE, INNOVATION, RECHERCHE ET CONCEPTION, DÉVELOPPEMENT DURABLE… DEPUIS 30 ANS, MALONGO SÈME VALEURS CULTURELLES, ART DE VIVRE ET PARTAGE. *Par Claude Ponsolle*

-/ KNOWHOW, ETHICAL COMMITMENT, INNOVATION, RESEARCH AND DESIGN, SUSTAINABLE DEVELOPMENT… FOR 30 YEARS MALONGO HAS ESPOUSED CULTURAL AND LIFESTYLE VALUES AND SHARING.

Nés à Nice en 1934, les cafés Malongo confient leur direction générale en 1980 à Jean-Pierre Blanc. Intransigeant sur la qualité de la plantation « à la tasse », visionnaire et curieux d'esprit, l'homme est à l'origine de nouveaux procédés et modes de consommation, et reste attentif à toutes les évolutions qui touchent à la production, de la torréfaction au conditionnement, en passant par les machines ou les systèmes de préparation, et ce dans le plus pur respect du produit.
Précurseur, il s'investit dans le commerce équitable avec les petits producteurs, initie en 1995 le concept « 123 Spresso », met les meilleurs cafés du monde en doses et sensibilise les jeunes générations aux métiers ainsi qu'à l'univers du café… Adhérant au Pacte mondial lancé par l'ONU en 1999, l'entreprise s'implique aux côtés de celles qui défendent les dix principes universels relatifs aux droits de l'homme, aux conditions de travail et à l'environnement.

UN SAVOIR-FAIRE « ÉTHIQUE »

La fondation d'entreprise, créée en 2007 sous la compétence de spécialistes du café, encadre des actions solidaires dans les domaines de l'éducation et de la culture. Véritable laboratoire d'idées visant à promouvoir la connaissance du café et les échanges entre producteurs et consommateurs, elle conduit et finance des programmes de formation, mais également de plans de relance de plantations dans les pays de petits planteurs, en Haïti, au Mexique ou à Sao Tomé. Une fondation qui fait référence dans la diffusion des patrimoines matériels et immatériels liés au café.
Un tel parcours, conjuguant à la fois passion du produit et création originale, tant au niveau national qu'international, témoigne de l'excellence de cette EPV en termes de savoir-faire artisanal et industriel. Un patrimoine toujours bien vivant, qui se projette sans cesse dans l'avenir en soutenant la création contemporaine. En 2008, en lançant un concours de design, Malongo offre aux jeunes designers l'occasion de réfléchir sur le café de demain et donne aux trois lauréats les moyens de voir leur projet se concrétiser. ♦

[**2008**] Prix Entreprises et Environnement pour les actions innovantes en matière d'éthique environnementale, économique et sociale. [**2008**] Janus de l'industrie pour la machine Oh Expresso, dédiée au grand public. [**2009**] Prix de l'Ambition de la Banque palatine, catégorie Développement Durable. [**1996 & 2009**] Trophée de l'Institut national de la propriété industrielle, Oscar de l'emballage pour la « Grande Réserve métallique » (cafés, hôtels, restaurants) et les boîtes « Pures origines ».

© MALONGO

Oh Mambo, par Johanna Jean, lauréate du concours Design 2009 : un module nomade multifonction (ouvert et fermé).

-/ In 1980 Jean-Pierre Blanc became the chief executive of Malongo coffees, started in Nice in 1934. A man who never compromises on quality, from plantation to cup, and a visionary with an ever-curious mind, he has introduced new processes and ways of enjoying coffee, attentive to every new development and innovation in production, roasting, respect for the product, packaging, machines and preparation methods.
A precursor, he is committed to fair trade and working with small producers, has introduced the 1,2,3 Spresso concept, sells the world's best coffees in pods and works to make young people aware of the coffee world and the careers it offers. The company has signed up to the Global Compact launched by the UN in 1999 and works alongside others to promote 10 universally accepted principles in the areas of human rights, labour and the environment.
The company's foundation, set up in 2007 under the aegis of coffee experts, supports actions in favour of education and culture. A real think-tank that aims to promote knowledge about coffee and interaction between producers and consumers, the foundation finances and runs training programmes and, more importantly, projects to revive small plantations in countries such as Haiti, Mexico and Sao Tomé. It is a reference in promoting the history, culture and consumption of coffee.
Such dedication powered equally by the passion for a product and an original creative approach, both at home and abroad, testifies to an EPV whose artisan and industrial expertise is of the highest order of excellence. A company very much alive and ceaselessly looking to the future by also supporting contemporary creativity. Through the design competition it launched in 2008, Malongo offers young designers an opportunity to think about coffee in tomorrow's world and gives three prize-winners the means to realise their project. ♦

Puyricard

LA GOURMANDISE BIEN RÉCOMPENSÉE !

-/ GOURMANDISE REWARDED!

© PUYRICARD

Le remplissage des Marguerites.

© PUYRICARD

L'enrobage du Palet d'or.

DANS UN MONDE FRIAND DE RENTABILITÉ, 43 ANS DE SAVOIR-FAIRE ARTISANAL D'EXCELLENCE, VOUÉ AU SEUL CULTE DU PLAISIR DE L'INSTANT, VOILÀ QUI DONNE ENVIE DE GOÛTER !

Par Claude Ponsolle

-/ IN A WORLD WITH A TASTE FOR PROFITS, 43 YEARS OF ARTISAN EXCELLENCE KNOWHOW DEVOTED SOLELY TO THE CULT OF MOMENTARY PLEASURE HAS US LICKING OUR LIPS!

Tanguy Roelandts, PDG de la Chocolaterie de Puyricard, l'une des 15 premières entreprises françaises sur le secteur de la chocolaterie et de la confiserie de luxe, a repris l'entreprise familiale d'Aix-en-Provence en 1995. Convaincu que le chocolat reste une « technologie » très fine, une chimie subtile où intervient une culture empirique mêlée d'intuition, voire, parfois, d'une part de mystère, il aime à parler d'alchimie. Et à propos de l'évolution de l'entreprise, il fait référence à un artisanat vivant, avec une vision quelque peu « colbertiste » des grandes manufactures françaises… Revendiquant un esprit artisanal de PME, et même de TPE, Puyricard associe habillement les impératifs de l'industrie, par ses capacités d'organisation, l'hygiène et la constance dans sa qualité, avec la noblesse de l'artisanat par sa créativité permanente et ses valeurs de partage. La chocolaterie a été labellisée Entreprise du patrimoine vivant le 13 décembre 2010, une reconnaissance directement héritée de son « ADN », composé d'autant d'inné que d'acquis, de tradition que d'innovation.

L'ACCORD SUBTIL ENTRE TRADITION ET MODERNITÉ

Préserver la tradition, c'est refuser farouchement toute intrusion de produits chimiques, colorants, arômes de synthèse, conservateurs ou autres étapes de congélation. Cultiver la modernité, c'est inventer de nouvelles variétés de chocolats, de nouvelles recettes, élargir la gamme horizontalement, des palets aux orangettes, autant que verticalement, des calissons aux guimauves. Avec sa dernière création, le macaron, ce sont 104 variétés de chocolats qui ont vu le jour. Chacune porte un nom et un numéro, comme le n °100, l'Angelin, créé pour Angelin Preljocaj, une harmonie de chocolat noir, de peppermint et de vanille en gousse. La modernité, c'est aussi vendre en ligne et ouvrir de nouvelles adresses. Après Toulouse, en 2008, la quinzième boutique investit le n °6 de la rue du Pont-Louis-Philippe, à Paris.

« Je suis très attaché à la notion de compagnon, de maître chocolatier. La formation de chaque membre du personnel est essentielle et les postes clés – Puyricard compte 17 maîtres chocolatiers – sont assurés par des permanents. La main-d'œuvre représente 50 % du coût de nos chocolats, mais, malgré les matières premières et les loyers des magasins qui ne cessent d'augmenter, je me refuse à calculer le seuil de rentabilité d'un chocolat ! » Une éthique essentiellement axée sur la qualité, qui aujourd'hui marque de son empreinte l'identité culturelle de la France à l'international. ♦

-/ Tanguy Roelandts is CEO of La Chocolaterie de Puyricard, one of the top 15 French firms making luxury chocolates and sweets; he took over the family business in 1995. Asked about the company's development philosophy, his answer is to be a reference in a living craft, with a slightly mercantilist view of the big French manufacturers. Although espousing the artisan spirit of a small or even very small business, the Chocolaterie applies industrial standards of organisation, hygiene and quality control in conjunction with its traditional expertise, consistent creativity and customer-focused values. Being awarded the government's Entreprise du Patrimoine Vivant label on 13 December 2010 is a direct result of a corporate genetic makeup innate and acquired in equal measures, as traditional as it is innovative.

Preserving tradition means religiously refusing to employ any chemical products, colouring agents, synthetic flavours or preservatives; neither does Puyricard freeze its products. Cultivating modernity means inventing new types of chocolates, new recipes, and expanding the range both horizontally, from *palets* to candied orange, and vertically, from *calissons* to marshmallows; the latest creation is a macaroon. One hundred and forty chocolates, each with its name and number; N° 100 is the Angelin created for Angelin Preljocaj, a harmony of dark chocolate, peppermint and pod vanilla. Being modern also means selling online and opening new shops, in Toulouse in 2008 and recently in Paris, at 6 Rue Pont Louis Philippe, the company's 15th shop.

A total-quality ethic of the kind that makes France's cultural identity as perceived worldwide. ♦

Par Julie Rovero

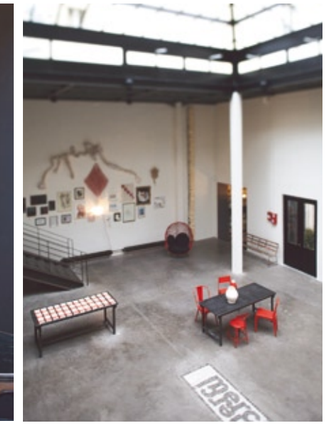
Merci,

LE NOUVEL ART DE VIVRE

MERCI: PARIS'S ICONIC CONCEPT STORE

IL Y A PLUS DE 2 ANS, LE CONCEPT STORE MERCI OUVRAIT SES PORTES À PARIS. DEVENU DEPUIS UNE RÉFÉRENCE - ET LE QG DES PARISIENS BOBOS -, MERCI DONNE LE TON EN MAISON, MODE ET ACCESSOIRES.

-/ BELOVED OF PARISIAN BOBOS (THE CITY'S ARTY METRO TYPES) SINCE IT OPENED TWO YEARS AGO, MERCI IS A STYLE-SETTING CONCEPT STORE SELLING HOMEWARES, FASHION AND ACCESSORIES.



Merci… à qui ?
Marie-France et Bernard Cohen… fondateurs de Bonpoint !

Merci… pour qui ?
Les bénéfices sont reversés à un fond de dotation qui aident les enfants défavorisés notamment à Madagascar.

Merci… comment ?
1500 m² nichés dans une ancienne fabrique du XIXème siècle ; un bâtiment en U donnant sur une merveilleuse cour dans le Haut Marais ; une splendide verrière en son centre, véritable puits de lumière du store.

Merci… quoi ?
Du classique et de l'avant-garde ; Maison, Mode (femme, homme, enfant), Parfum ou Papeterie ; Une cantine ou un café de bouquinistes !

Merci Déco – toute l'ambiance de Paris
Un large plateau est consacré au mobilier et à la vaisselle. Mélange réussi entre mobilier chiné et meubles design, l'espace Maison de Merci mérite d'être visité régulièrement avec sa sélection en mouvement perpétuel de plus de 1500 références.
On retrouve l'esprit français qui se plaît à mêler des objets chargés d'histoire et d'autres plus contemporains, ambiance reflétée dans la décoration elle-même avec ses poutres métalliques blanches et son vieux parquet au sol.
Merci pousse le concept à commander des ré-éditions d'objets au passé successful, mais avec une petite touche moderne, la patte de la maison.
Au sous-sol, tout l'univers de la cuisine et en prime, une quincaillerie chic à la sélection choc !

Merci - 111, boulevard Beaumarchais, 75011 Paris - + 33 1 42 77 00 33
www.merci-merci.com

Who by?
Bonpoint co-founders Marie-France and Bernard Cohen…

Who for?
Profits fuel a foundation for underprivileged children in Madagascar, among other places.

How and where?
1500 m² housed in an old 19th-century factory. A U-shaped building with a fabulous courtyard in the Haut Marais; a splendid glass roof at its heart, providing a well of natural daylight for the store.

What?
Classics and avant-garde goodies for the home, fashion (men's, women's and children's), perfumes, stationery; a canteen-style refectory, and a café des bouquinistes.

Merci Déco – the essence of Paris
Furniture and tableware occupy an extensive section of the store, with a happy mix of bric-a-brac finds and designer furniture, well worth a (regular) visit for its constantly-changing trove of some 1500 top names and designs.
Vintage or historic pieces and contemporary classics are mixed and matched in true French style – as reflected in the setting itself, a blend of white metal joists and antique parquet floors.
Merci also commissions new editions of successful, classic objects, with a discreet contemporary touch (by way of a house signature).
The basement level is home to a fabulous kitchenware collection, and an ultra-chic hardware store.

Design

UNE RÉFÉRENCE MADE IN FRANCE

-/ A REFERENCE MADE IN FRANCE

© D.R.

Avec la Super Naked Cafe Racer, dessinée pour Voxan, Philippe Starck prouve, encore une fois, qu'il est un touche-à-tout de génie.

RECONNUE INTERNATIONALEMENT, LA CRÉATION FRANÇAISE EST DEVENUE, AUJOURD'HUI, UNE VÉRITABLE RÉFÉRENCE. *Par Alexandre Benoist*

-/ FRENCH CREATIVITY IS LAUDED WORLDWIDE, TO THE EXTENT THAT IT'S NOW A REAL REFERENCE.

Cocorico ! Le design français se porte bien. Si bien même qu'il s'exporte à travers le monde entier. Vous en doutez ? Par exemple, savez-vous que le grand patron de Kenwood Design Corporation, au Japon, se nomme Fabien Grégoire, un Frenchy trentenaire ? Une autre preuve ? Voilà de quoi galvaniser notre chauvinisme. L'Italie, pays ô combien réputé, s'avère pourtant friande de nos créateurs. « Aujourd'hui, plus de 60 entreprises transalpines font appel à des créateurs français » explique Gérard Laizé, directeur du VIA[1]. Nos représentants ? « En tête, Philippe Starck, qui continue d'être un ambassadeur fantastique, mais aussi Jean-Marie Massaud, Christophe Pillet, Matali Crasset, Ronan et Erwan Bouroullec, Noé Duchaufour-Lawrance et, parmi les plus jeunes, Philippe Nigro. » La French touch fait donc mouche. Pourquoi ? En premier lieu : la qualité de nos écoles, qu'elles soient publiques ou privées. « Elles n'ont pas à rougir face à des institutions internationales, comme la Domus Academy à Milan, Massana à Barcelone, Barton School à New York ou encore les universités d'Osaka et d'Helsinki. »

LA RÉFÉRENCE EN MATIÈRE D'ARTS DÉCORATIFS

La qualité donc, mais aussi la diversité. Chaque école prodigue un enseignement qui lui est propre, tout en balayant l'ensemble des champs d'intervention du design, du produit industriel à celui de l'architecture intérieure. Pour Gérard Laizé, cette diversité est une des valeurs fondamentales, d'autant plus que celle-ci se nourrit d'une culture unique au monde. « Depuis le XVIIIe siècle, la France est la référence internationale en matière d'arts décoratifs. Nous sommes les seuls à pouvoir afficher 21 styles historiques et 14 styles régionaux. Même si, au cours des cinquante dernières années, le design industriel a tenté de supplanter la démarche décorative, il est vrai que cette richesse existe toujours et revient même, puisque la plupart des créateurs explorent désormais l'architecture d'intérieur, voire la décoration. » Résultat : la France est un pays capable d'offrir des modes d'expression, du simple objet à la conception d'ambiance, à la fois totalement minimalistes, comme le propose un Jean-Marie Massaud, ou, à l'inverse, extrêmement ornementés, à l'image d'un Hervé van der Straeten.

DES RÉPONSES SOCIÉTALES

Dans son ouvrage *Esprit d'en France*, qui vient d'être réédité en 7 langues, Gérard Laizé pointe ces relations heureuses qu'entretiennent les designers avec notre patrimoine, en montrant précisément comment ils s'inspirent des codes esthétiques historiques. Quand François Bauchet crée des chaises pour équiper le café de la galerie nationale du Jeu de paume, à Paris, on ne peut s'empêcher de faire le rapprochement avec une caquetoire du >>

© D.R.

La journée, c'est un portemanteau. La nuit, Chambre d'ami se transforme en lit d'appoint (Création Matali Crasset pour Campeggi).

-/ Cock-a-doodle-doo! French design is in fine form, so fine that it's exported worldwide. Did you know that the big boss of Kenwood Design Corporation, in Japan, is 30-something Frenchman Fabien Grégoire? And here's a fillip for our patriotism: Italy, so highly reputed for design, is terribly keen on our designers! "Today more than 60 Italian firms use French designers," states Gérard Laizé, director of VIA[1]. Our top designers? "Heading the field is Philippe Starck, still a fantastic ambassador, then Jean-Marie Massaud, Christophe Pillet, Matali Crasset, Ronan and Erwan Bouroullec, Noé Duchaufour-Lawrance, and among the youngest, Philippe Nigro." So the French Touch really works. Why? First, thanks to the high standard of our design schools, state and private. "They're quite on a par with international institutions such as Domus Academy in Milan, Massana in Barcelona, Barton School in New York and the universities of Osaka and Helsinki."

THE REFERENCE IN DECORATIVE ARTS

So quality, but diversity too. Each school has its own individual teaching programme, nevertheless covering all the fields in which design plays a part, from industrial products to interior architecture. Gérard Laizé believes this diversity is a core value, particularly as it draws on a culture unique in the world. "France has been the international reference in decorative arts since the 18th-century. We're the only country to have 21 historical styles and 14 regional ones. Although over the last 50 years industrial design has tended to replace the decorative approach, that stylistic richness still exists, in fact it's resurfacing because most creatives are now exploring interior architecture and indeed decoration." As a result, in objects right through to ambiences, France is able to offer styles ranging from totally minimalist – e.g. Jean-Marie Massaud – to highly ornamented – e.g. Hervé van der Straeten. >>

© D.R.

Pour créer cette table, Noé Duchaufour-Lawrance s'est inspiré des jardins Tsubo Niwa, au cœur des maisons traditionnelles japonaises. (Table Niwa, Ceccotti Collezioni).

>> XVIe siècle, une assise au dossier haut et étroit. Ceux de Marly d'Olivier Gagnère ? Une évocation des sièges à dossier bas, en cours sous Louis XIII. My Funny Valentine de Castelbajac et Peninsula de Starck évoquent, quant à elles, la chaise médaillon de Louis XVI. Starck encore, dont les célèbres créations pour le café Costes s'inspirent des fauteuils à dossier gondole en vogue sous l'Empire. Y aurait-il du plagiat dans l'air ? Non ! Car en 1985, avec Costes, Starck s'inscrit parfaitement dans la démarche d'un designer, c'est-à-dire offrir une réponse fonctionnelle aux évolutions sociétales, en proposant des solutions opportunes et inédites. Si Costes n'a qu'un seul pied à l'arrière, c'est pour faciliter le déplacement des serveurs en limitant l'encombrement au sol. Le dossier enveloppant, lui, anticipe la demande grandissante de confort provenant d'utilisateurs séduits par l'esprit lounge qui commence à voir le jour.

De même, quand les frères Bouroullec créent Joyn, leur démarche n'est pas seulement esthétique. Ils proposent un concept de mobilier qui structure l'espace d'un open space, en créant de l'intimité là où il n'y avait plus. Avec Confluences, un canapé asymétrique offrant différentes positions d'assises, Philippe Nigro satisfait aussi bien les adeptes du « tiens-toi droit ! » que la « Lazy Generation ». « Nous avons donc des Français qui se posent de vraies questions, au cœur même de notre époque, et qui proposent des choses originales et tout à fait pertinentes pour cette même époque, tout en développant une écriture propre. C'est cela qui définit le talent ! » ♦

(1) Valorisation de l'innovation dans l'ameublement.

>> SOCIETAL RESPONSES

In his book *Esprit d'en France,* Gérard Laizé highlights our designers' excellent relations with our heritage by showing how they derive inspiration from historical aesthetics. Looking at the chairs François Bauchet designed for the café in the Jeu de Paume museum, Paris, we can't help seeing a similarity with the high- and narrow-backed seats of the 16th century. Olivier Gagnère's Marly chairs evoke the low-backed ones of Louis XIII's day. Castelbajac's My Funny Valentine and Starck's Peninsula bring to mind medallion-back Louis XVI chairs while Starck's seats for Café Costes are inspired by the style in vogue during the Empire. Plagiarism? No! When he produced the Costes chairs in 1985, Starck was perfectly in synch with every designer's aim: to provide a functional response to societal progress through brand new opportune solutions. Costes has only one leg at the back so it takes up less floor space, which makes moving around easier for the waiters, and the wraparound back anticipated the growing demand for comfort from users catching on to the emerging lounge vogue.

Likewise, when the Bouroullec brothers designed Joyn, aesthetics weren't their only consideration. Theirs is a furniture concept that structures the open-plan workplace by making privacy possible. Philippe Nigro with his Confluences asymmetrical sofa offering different seating positions satisfies both the sit-up-straights and the loungers. "France has designers who pose fundamental questions, going to the crux of our era and proposing original designs that are totally pertinent, while also developing their own styles. That's the definition of talent!" ♦

(1) Valorisation de l'Innovation dans l'Ameublement: Valorisation of Innovation in Furnishing

© D.R.

Les incisions du divan Entailles permettent d'insérer de petits guéridons d'appoint (Philippe Nigro pour Cinna).

Paris

ESCAPADE CHIC ET INSOLITE

A PARISIAN GUIDE TO OFF-BEAT CHIC

1

UN HÔTEL » L'HÔTEL PARTICULIER À MONTMATRE

CHIC SLEEPS » L'HÔTEL PARTICULIER, IN MONTMARTRE

5 suites – Une belle maison - Un charmant jardin où le temps semble s'être arrêté – Décoration éclectique signée Morgane Rousseau avec des multiples collaborations d'artistes contemporains dont Natacha Lesueur ! -/ 5 suites – A stunning townhouse – A charming, timeless garden – Eclectic decor by Morgane Rousseau in collaboration with clutch of contemporary artists including Natacha Lesueur.

23, avenue Junot, Pavillon D, 75018 Paris - + 33 1 53 41 81 40
www.hotel-particulier-montmartre.com

POUR DÉJEUNER DEHORS » LA TERRASSE DU SAUT DU LOUP

OUTDOOR EATS » THE TERRACE AT THE SAUT DU LOUP

2

Situé dans le musée des Arts Décoratifs de Paris - Sur notre gauche, le Louvre, sur notre droite la Concorde au loin le jardin des Tuileries et face à nous le jardin du Carrousel ! – A la carte, tradition et modernité, le tout raffiné. -/ Run by (and next to) Paris's Musée Arts Décoratifs, arguably the best-placed terrace in town: to the right, Place de la Concorde; to the left, the Louvre; and nothing between you and the Carrousel gardens! A sophisticated menu mixing tradition and modernity.

107, rue de Rivoli, 75001 Paris - +33 1 42 25 49 55 - www.lesautduloup.com

THE PIÈCE FASHION » UN CUIR SUR MESURE SIGNÉ GARBIS DEVAR

WHAT TO WEAR » BESPOKE LEATHER, BY GARBIS DEVAR

3

L'expert du cuir : agneau ou cerf, alligator, crocodile, python ou autruche – Une coupe élégante et soignée - Des pièces sur mesure – Une boutique splendide dans le 8ème - Ses clients ? La Jet Set internationale !
-/ Paris's expert leatherman offers elegant, sophisticated cuts of lamb- and deerskin, crocodile, alligator, python, or ostrich – All pieces made to measure – A fabulous boutique in the 8th arrondissement – Clientele? The international jet-set, bien-sûr!

5, rue Marbeuf, 75008 Paris - +33 1 47 20 64 90 - http://garbisdevar.com

UN BIJOU UNIQUE » MAISON AUCLERT

ONE-OFF GEMS » MAISON AUCLERT

4

BAGUE INTAILLE EROS AU LION
Bague en or 18K sertie d'une intaille de cornaline romaine du 1er siècle av. J.-C. représentant Eros chevauchant un lion (allégorie du Triomphe de l'Amour) avec, en symétrie, son impression.

La Maison Auclert vient tout juste d'ouvrir ses portes à Paris. Ce petit écrin à deux pas de la Place Vendôme présente des créations, délicats mélanges entre pièces antiques et montures contemporaines. Sobres et élégantes, des pièces uniques qui racontent une histoire…
Une pièce chinée, un cristal de roche antique - Mémoire d'une civilisation de la Rome antique, du Tibet, élément d'un sabre d'un samouraï – Montures réalisées à la main par les meilleurs ateliers parisiens
-/ Maison Auclert has just opened in Paris. The tiny boutique off Place Vendôme showcases one-off creations: delicate combinations of antique pieces in contemporary settings. Understated and elegant, each piece tells a story… A vintage bric-a-brac find, an antique rock crystal – Memories of ancient Rome, Tibet, a piece from a Samurai sword – Each piece hand-assembled in the finest Paris workshops.

10, rue de Castiglione, 75001 Paris - +33 1 42 61 81 81 - www.maisonauclert.com

POUR DÎNER DANS UN PATIO DE CHARME » RALPH'S BY RALPH LAUREN

ROMANTIC PATIO DINING » RALPH'S BY RALPH LAUREN

5

Manger un Burger, oui mais dans un hôtel particulier XVIIe siècle, plus rare ! En plein Saint-Germain–des-Prés, le Ralph's propose une cuisine américaine revisitée dans un cadre chic et romantique ! On s'installe dans le patio s'il fait doux… devant la cheminée s'il fait frais !
-/ Burgers are the dish of the day – but the setting is a 17th-century townhouse in the heart of Saint-Germain-des-Près! Ralph's offers American cuisine with a fresh twist, in a chic, romantic setting. The patio is perfect in warm weather – and there's an open fire when the temperature drops.

173, Boulevard Saint-Germain, 75006 Paris - +33 1 44 77 76 00 - http://ralphlauren.fr

64ÈME CONVENTION
& MEETING ANNUEL DE LA NBAA

-/ 64TH CONVENTION & ANNUAL MEETING OF THE NBAA

La 64ème édition du salon américain de l'aviation d'affaires, orchestrée par la NBAA (National Business Aviation Association), s'est déroulée du 10 au 12 octobre à Las Vegas. Evènement commercial le plus important du monde dans l'industrie de l'aviation d'affaires, ce 64ème rendez-vous a regroupé public averti et professionnels du milieu. Les négociations entre Dassault et le leaer chinois Minsheng Financial Leasing au sujet de 20 Falcon auront marqué les débats, alors que le lancement des derniers Cessna (Citation Latitude) et Superjet International (Sukhoi Business Jet) étaient à l'affiche.

Cabine du Citation Latitude de Cessna

-/ The 64th edition of the NBBA Fair (organized by America's National Business Aviation Association) was held in Las Vegas from 10 to 12 October 2011. The world's biggest business aviation event attracted a discerning crowd of business fliers and industry professionals. Negotiations between Dassault and Chinese leasing company Minsheng Financial Leasing, over the Falcon 20, were the talk of the Fair, together with high-profile launches of the latest models from Cessna (Citation Latitude) and Superjet International (Sukhoi Business Jet).

www.nbaa.org

Sukhoi Business Jet

CITATION M2
BY CESSNA

Cessna, compagnie aérienne de légende, crée de véritables fleurons de l'aviation : Citation Sovereign, le Cessna 172 et bien d'autres font le bonheur des voyageurs avertis. La compagnie de Wichita a lancé le Citation M2, modèle léger, qui se positionne entre le Mustang et la famille des Citation CJ. Répondant avant tout aux souhaits de sa clientèle, ce jet, propulsé par deux moteurs Williams FJ-44, possède une suite avionique Garmin G3000 dotée de trois écrans LCD 35 cm.

-/ Legendary aviation company Cessna has created some of the world's best-known private planes: the Citation Sovereign, the Cessna 172 and a host of others have delighted jet-setters for decades. Now the Wichita-based company is launching the Citation M2, a lightweight model positioned midway between the Mustang and the Citation CJ family of aircraft. Responding to client demand, the jet – propelled by two Williams FJ-44 engines – is fitted with a Garmin G3000 avionics suite complete with three 35-cm LCD screens.

SALON INTERNATIONAL DE L'AUTOMOBILE LYON EUREXPO 2011

-/ SALON AUTOMOBILE INTERNATIONAL

La Mini, voiture culte s'offre cette année un relooking de charme. Le modèle John Cooper Works est le plus rapide de la gamme (211 ch et 238 Km/h). Stylisée, la Mini Coupé se veut sportive avec son toit casque et ses montants avant inclinés. Première Mini avec un aileron arrière actif, ce biplace réinterprète la voiture de sport ultracompacte.
Alliant véritable potentiel racing et versatilité d'une berline luxueuse, la BMW M5, cinquième de sa génération, se distingue par son moteur V8 de 4,4 litres et par son système Stop&Start, arrêtant le moteur à chaque immobilisation de la voiture pour un meilleur respect de l'environnement.

Du samedi 8 au dimanche 16 octobre 2011, le Salon Automobile International de Lyon a ouvert ses portes à une foule de « cars-addict » et autres curieux venus admirer les derniers modèles en matière d'automobile. Des constructeurs de renom, BMW, Alfa Romeo, Chevrolet, Citroën, Fiat, Jeep, Smart, Mercedes-Benz et bien d'autres étaient au rendez-vous, pour le plus grand plaisir des petits et grands. Focus sur ces huits jours où plus d'une quinzaine de nouveautés ont été dévoilées en première nationale.
-/ The Salon Automobile International de Lyon opened its doors from Saturday 8 to Sunday 16 October 2011, drawing crowds of 'petrol-heads' and car fans to admire the very latest models. Top car-makers – BMW, Alfa Romeo, Chevrolet, Citroën, Fiat, Jeep, Smart, Mercedes-Benz and more – were present to the delight of visitors of all ages. COTE spotlights eight glorious days, and some fifteen national launches…

www.eurexpo.com

-/ The ultimate cult car gets a stunning makeover with the John Cooper Works model – the fastest in the range, with 211 hp, and a top speed of 238 km/h. The stylish Mini Coupé offers a sporty look, with a 'helmet' roof and sleek front-end lines. Mini's first-ever model featuring an active rear spoiler, the new two-seater reinvents the ultracompact sports car.
Combining true racing potential and the versatility of a luxury saloon, the BMW M5 – the fifth of its generation – features a 4.4-litre V8 engine and Stop&Start system, designed to cut the engine each time the car comes to a halt, for enhanced environmental protection.

Emil Frey SA
Agence BMW - MINI
23, rte des Acacias, 1227 Genève-Acacias
+41 22 308 5 308
E-mail: bmw.geneve@emilfrey.ch

ESPACE SUPERCAR ET VOITURES DE PRESTIGE

-/ SUPERCAR SPACE AND PRESTIGE CARS

Bentley :
New Continental GT

Ferrari : 458 Italia Spider

McLaren : MP4-12C

Nouvelle Porsche 911(type 991)

Sur un espace de plus de 1200 m², les automobiles de prestige sortent le grand jeu ….
-/ Over 1200 m² of prestige motors on parade…

Antonio Calce, un nouvel actionnaire pour Corum

Antonio Calce, CEO de la Maison d'Horlogerie de luxe Corum, a fait une entrée remarquée dans l'actionnariat de Montres Corum sàrl. Ce tournant s'inscrit dans la mise en œuvre de la nouvelle stratégie de l'entreprise, débutée dès 2005 pour le repositionnement de la marque. Monsieur Calce témoigne ainsi de sa confiance en Corum et explique son nouvel engagement comme un « processus qui a débuté il y a longtemps ». Avide de challenge, Antonio Calce souhaite propulser la marque vers de nouveaux sommets et en faire un des fleurons de l'industrie horlogère.

Antonio Calce: Corum's new shareholder

Antonio Calce, CEO of luxury watch-maker Corum, has made a much-talked-about entrée as a shareholder of Montres Corum SARL, as part of a new business strategy to reposition the brand, implemented since 2005. Calce's move expresses his absolute confidence in Corum. It is, he explains, 'the culmination of a process that has been underway for a long time.' Ever-eager for new challenges, Antonio Calce aims to take the brand to new heights, as a flagship company in the watch-making world.

www.corum.ch

JOHN TAYLOR, SPÉCIALISTE DE L'IMMOBILIER DE PRESTIGE DEPUIS 1864

-/ JOHN TAYLOR: SPECIALISING IN PRESTIGE PROPERTY SINCE 1864

Une référence en matière d'immobilier d'exception, John Taylor a acquis une dimension internationale en Suisse et à l'étranger. 145 ans après sa création, John Taylor s'installe à Genève et à Megève et demeure le partenaire immobilier des grands de ce monde.

Une histoire atypique, un destin prestigieux

A l'origine, John Taylor (1834-1922) est le jardinier à Cannes de l'aristocratie anglaise. Très sollicité et un bon carnet d'adresses en poche, il décide de créer sa propre agence immobilière. Mais très vite, le petit jardinier va se découvrir des qualités entrepreneuriales : il ouvre également une banque destinée au dépôt de fonds de ses clients, un salon de thé ainsi qu'un service de garde-meuble. Comptant parmi ses clients de grandes personnalités de l'époque, John Taylor va marquer à jamais le développement touristique de la Côte d'Azur.

La philosophie aujourd'hui

Soucieux de satisfaire ses clients - de Madrid à Milan, de Monaco à Genève -, John Taylor répond à n'importe quelle demande grâce à un réseau international de professionnels. « Un client monégasque cherche un chalet dans les Alpes suisses, nous saurons le satisfaire ! Malgré des convergences de marché, la clientèle reste la même. » Afin de répondre à une offre globale, John Taylor s'est entouré d'experts dans l'assistance bancaire, juridique, fiscale et notariale.

Implantation à Genève et Megève

Déjà présent à Gstaad, John Taylor s'est positionné à Genève et à Megève cette année. Malgré une concurrence très rude, le groupe se place comme un des seuls spécialistes de l'immobilier d'exception et déjà leader dans son domaine. L'arrivée de John Taylor à Genève et à Megève répond à une forte demande d'une clientèle à la recherche de biens haut de gamme dans cette zone géographique prestigieuse, à savoir Genève et l'arc lémanique.

John Taylor 1834-1922

JOHN TAYLOR
1864
LUXURY REAL ESTATE

-/ A reference in the world of prestige property, John Taylor has expanded internationally, to Switzerland and beyond. 145 years after the company's birth, John Taylor has opened in Geneva and Mégève. The 'top people's' property company continues a proud tradition of service...

An unusual history, and a great destiny

John Taylor (1834-1922) was the gardener to the British aristocracy in Cannes. In big demand, and with an address book to die for, he decided to set up his own estate agency. His inner entrepreneur was unleashed… the agency was followed by a deposit bank for his clients' money, a tea room, and a furniture storage service. His clients included the top flight of Riviera society and personalities, and Taylor became a key figure in the history of the development of tourism on the Côte d'Azur.

The company's philosophy today

Dedicated to satisfying clients from Madrid to Milan, Monaco to Geneva, John Taylor can tackle virtually any request, drawing on an extensive network of international
contacts. 'If a Monegasque client is looking for a chalet in the Swiss Alps, we'll find one! The market has seen some convergence in recent years, but the clientele remains the same.' John Taylor's comprehensive service also extends to banking, and legal and tax advice.

New openings in Geneva and Megève

John Taylor is already up and running in Gstaad, and 2011 sees the agency opening in Geneva and Megève, too. Despite stiff competition, the group positions itself as one of an elite circle of prestige property specialists, and a leader in its field. The Geneva and Megève openings come in response to high demand from a clientele looking for top-quality property in a premier region: Geneva, and the lakeshore.

www.john-taylor.com

Je tiens compte

du fait que vous attendez le meilleur de votre banque. Chez Vontobel, nous sommes préparés à vous l'offrir. Nos prestations de première qualité en témoignent, tout comme nos performances qui garantissent des résultats durables. Nous avons pour objectif d'être un partenaire à long terme dont la priorité est de s'occuper entièrement

de vous.

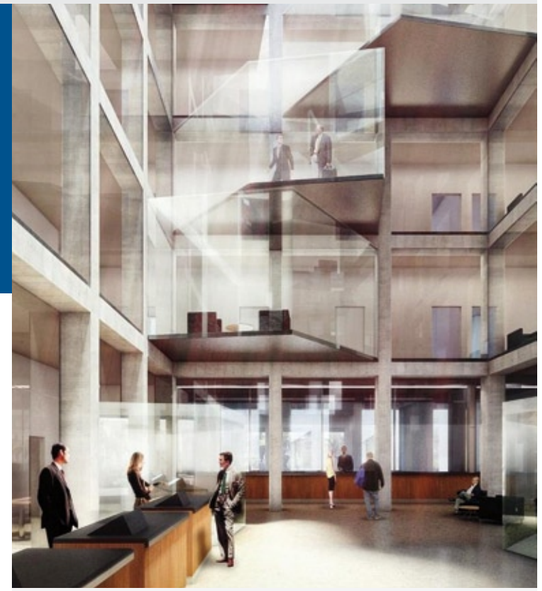
Jean-Pierre de Glutz, Private Banking

Banque Vontobel SA, Place de l'Université 6, 1205 Genève
Téléphone +41 (0)22 809 90 60, www.vontobel.com

VONTOBEL

Private Banking
Investment Banking
Asset Management

Performance creates trust



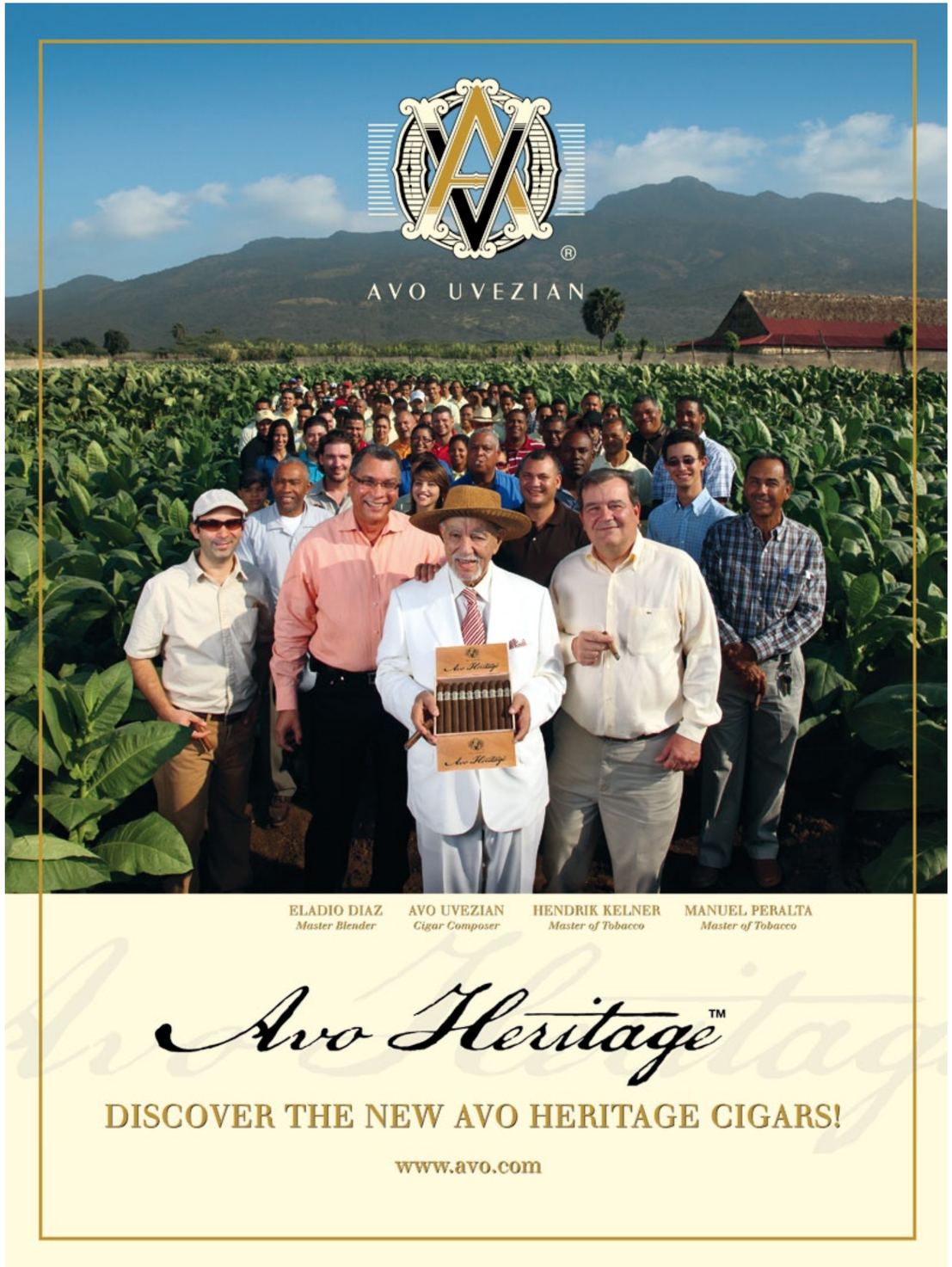
Credit Suisse Genève – nouveau bâtiment

La banque entreprend la conception d'un projet audacieux, la transformation de Credit Suisse Bel-Air, premier immeuble du groupe dans la ville. Le projet s'inscrit dans le cadre d'un remodèlement complet des bâtiments du groupe appelé « City ». Au cœur de ce concept, deux thématiques chères au Credit Suisse sont mises en avant : l'environnement et le respect du patrimoine. Ainsi, la substance historique de la façade avec son style années 30 demeurera et les différents bâtiments qui composeront la « City » utiliseront une énergie 100% renouvelable.

NEW BUILDING FOR CREDIT SUISSE GENEVE

Credit Suisse Genève is embarking on an ambitious project to transform the group's first building in the city, Crédit Suisse Bel-Air. The project is part of a scheme to completely remodel the group's 'City' complex, focusing on two aspects dear to the company's heart: the environment, and heritage preservation. The historic fabric of the façade, with its 1930s styling, will be retained, and all buildings within the 'City' complex will be powered by 100 per cent renewable energy.

CREDIT SUISSE - www.credit-suisse.com



1, 2, 3, YACHTS

-/ 1, 2, 3, YACHTS

Al Miqrab, seulement 133 mètres de long

Dominants dans le domaine de l'extravagance, les pays arabes se placent en tête du top ten des plus longs yacht du monde !
Après L'Eclipse d'Abramovitch et Le Dubaï de l'émir de Dubaï, Al Miqrab propriété du ministre du Qatar mesure 133 mètres de long !
Avec 5 appartements privatifs, une suite VIP ainsi que soixante chambres pour les membres de l'équipage ! Côté domotique et loisirs, le yacht possède une salle de cinéma, des bars extérieurs, un héliport, ainsi qu'une multitude d'engins nautiques !

-/ Al Miqrab: a mere 133 m long...

Not noted for their taste in understated style, the richest Arab countries feature large on the list of the world's Top Ten longest yachts!
After Abramovitch's Eclipse, and the Emir of Dubai's eponymous embarcation, comes Al Miqrab, owned by a Qatari minister, and measuring 133 metres in length! The yacht features five private apartments, a VIP suite and sixty cabins for crew members. Hi-tech leisure installations on board include a private cinema, outdoor bar areas, a heliport and an impressive array of engine power.

Le Dubaï par Blohm et Voss

L'un ressemble à un navire de guerre, l'autre à un paquebot de croisière ! Propriété de Mohammed ben Rachid Al Maktoum, émir de Dubaï, Le Dubaï et ses 162 mètres se placent comme le deuxième yacht le plus du monde !
2 salons, une grande salle à manger, une hélisurface, une piscine, une discothèque et plusieurs garages pour les jets-ski et le matériel de plongée. Plus souvent amarré qu'en mer, le Dubaï ne navigue jamais sans un navire d'escorte ! Avec une capacité totale de 120 personnes, l'émir arabe emmène avec lui son personnel du Palace, à savoir une soixantaine de personnes !

-/ The Dubaï, by Blohm & Voss

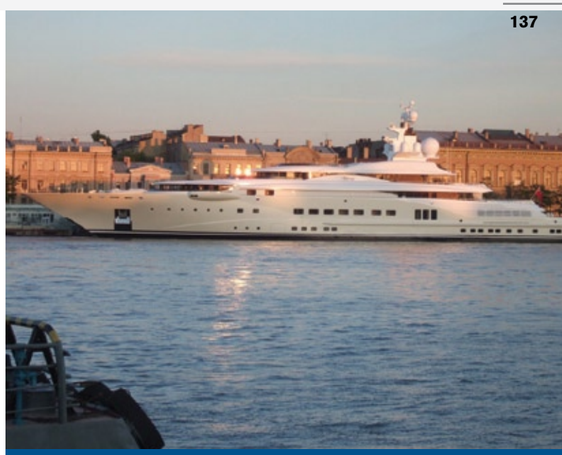
One looks like a sinister warship, the other a luxury cruise liner! Owned by Mohammed ben Rachid Al Maktoum, Emir of Dubaï, the Dubaï measures 162 metres in length – making it the world's second longest private-owned yacht!
2 staterooms, a large dining room, a helipad, pool, disco, several jet-ski docks, and a full range of diving equipment are just some of the facilities on-board. More often in port than on the high seas, the Dubaï never sets sail without a naval escort! The yacht can hold up to 120 people – perfect for the Emir, who never travels without his private retinue of 60.

And the winner is...
Roman Abramovitch mesure 162,50 !

Oligarque russe et président du célèbre Club de football de Chelsea, Roman Abramovitch est le propriétaire du plus grand yacht privé du monde. Né des mains du chantier naval allemand Blohm & Voss, l'Eclipse a été élu « yacht de l'année 2011 » ! Véritable navire de guerre ? Digne d'un film de James Bond ? Le vaisseau Abramovitch exige que l'on en parle au conditionnel… Le milliardaire n'aurait pas lésiné sur les moyens techniques : système de détection de missiles, portes blindées, trois hélicoptères, double piste d'atterrissage et un sous-marin, parmi d'autres ! A bord, une soixantaine de personnes composeraient l'équipage, parmi elles des forces spéciales… Le plus grand, le plus beau, le plus cher ? Pari gagné ! L'Eclipse se place comme le yacht le plus cher, le plus long et le plus… improbable !

-/ And the winner is...
Roman Abramovitch (162m 50cm...)

Russian oligarch and president of Chelsea Football Club Roman Abramovitch is officially the owner of the world's biggest private yacht, the Eclipse, built at Germany's Blohm & Voss shipyard, and voted 'Yacht of the Year 2011'! So what should we expect? A maritime lair worthy of the worst Bond villain? Rumours abound: the MS Abramovitch is said to be fitted with missile detection systems, bullet-proof doors, three helicopters, a double landing strip and its own submarine, among much else. On board, the sixty-strong crew includes a special security detail… And the superlatives continue – the Eclipse is not only the world's longest private yacht, it's also the most expensive (of course). And the most improbable? Definitely…



NEWS CLUB MED

-/ NEW MOUNTAIN VILLAGE FOR CLUB MED AT VALMOREL

Club Med s'offre un nouveau village montagne à Valmorel

Des vacances de prestige au cœur des Alpes savoyardes

Valmorel pourrait évoquer une œuvre pittoresque du peintre suisse Ferdinand Hodler : des monts enneigés et une nature à peine domestiquée. Au cœur du massif de la Tarentaise, à deux heures de Genève seulement, ce nouveau Village Club Med accueille petits et grands, été comme hiver dans un cadre idyllique et authentique. En période de grand froid, Valmorel déploie ses 150 km de pistes accessibles par 50 remontées mécaniques. Durant la belle saison, parcours forestier, écoles d'escalade, parapente ou encore VTT et tir à l'arc sont quelques-unes des activités mises à disposition des familles.
A Valmorel, le Club Med offre trois options pour vous accueillir : le Village 4 tridents, l'Espace 5 tridents ou les Appartements-Chalets de luxe. L'architecture d'intérieur a été confiée à un bureau parisien dirigé par Marc Hertrich et Nicolas Adnet. Le concept ? Un dosage réussi entre le design contemporain et l'architecture montagnarde de chalet. Le résultat : des lieux d'exception qui allient luxe contemporain, chaleur et authenticité savoyarde.

Les enfants à l'honneur

Pour le plus grand bonheur des petits et des grands, ce village offre une prise en charge des enfants de 4 mois à 18 ans : un Baby Club, un Mini Club, un Petit Club… A chaque âge sa formule ! Le "Glisse spéciale ados" permet aux plus grands de découvrir ou de se perfectionner dans différentes techniques : la poudreuse, le saut, le skicross, les bosses ou même le patinage !
Pendant ce temps, les parents pourront tranquillement se prélasser au sauna ou au hammam… De quoi satisfaire toute la famille !

Propriétaire et "Gentil Membre" Club Med

Qui n'a pas rêvé de posséder son propre pied-à-terre à la montagne, tout en bénéficiant de tous les services et avantages d'un club de luxe ? C'est aujourd'hui chose possible grâce au Club Med ! Le programme d'Appartements-Chalets met en vente directe ou en en gestion locative 80 de ses biens immobiliers. Duplex ou triplex, ces espaces élégants vous permettent un accès direct aux pistes. Des nouvelles offres Club Med jusque là inédits !

Club Med – 28, Quai du Général-Guisan, Genève - +41 22 817 12 34
www.clubmed.ch

-/ Prestige holidays in the heart of the Savoy Alps

-/ Valmorel is straight out of a picturesque painting by Swiss artist Ferdinand Hodler: snowy peaks and untamed natural surroundings frame the idyllic village, at the of the Tarentaise massif, just two hours from Geneva. The new Club Med village welcomes guests of all ages, in an idyllic, authentic setting. When the cold really takes hold, Valmorel unfurls its 150 km of pistes, reached by 50 ski lifts. And in the summer months, forest walks, climbing schools, parascending, mountain-biking and archery are just some of the activities available to families.
At Valmorel, Club Med offer three types of holiday: the four-trident Village, the five-trident Espace, and a number of luxury apartment/chalets. The interior design, courtesy of a leading Paris agency, directed by Marc Hertrich and Nicolas Adnet. The concept? A finely-judged mix of contemporary design and mountain chalet architecture. And the result? Exceptional spaces combining contemporary luxury, and a perfect dose of warm, traditional Savoyard hospitality.

-/ Putting children first…

-/ The village's Baby Club, Mini Club, Petit Club and more take charge of kids from the age of four months to 18 years! Glisse spécial ados introduces young guests to the full range of ski techniques, from powdery snow, to jumps, cross-country and bumps, plus other activities including skating. Leaving Mum'n'Dad free to relax in the sauna or hammam. A real holiday for all the family!

-/ Become a Club Med owner and "Gentil Membre"

-/ Who hasn't dreamed of their very own mountain retreat, with all the services and advantages of a luxury club? Club Med makes the dream come true, with 80 chalet-apartments, available for direct sale or as managed rentals. The elegant duplex and triplex spaces all give direct access to the ski slopes. A first from Club Med!

AZZARO

A Z Z A R O
DUO
Love is precious

BK Organisation et COTE Magazine vous présentent

CROISIERES FRANCOPHONES D'EXCEPTION

-/ Prestige French-speaking cruises

CROISIERES FRANCOPHONES D'EXCEPTION

PRESTIGE FRENCH-SPEAKING CRUISES

BK Organisation, dans sa recherche de produits exclusifs, a le plaisir de vous proposer une sélection de croisières francophones sur des thèmes variés et accompagnées par des personnages d'exception. Naviguer et se déplacer au fil de l'eau procure des avantages considérables à commencer par le plaisir de ne pas faire et défaire sa valise tous les jours ! Notre sélection s'appuie autant sur la qualité de l'expérience que sur le confort des bateaux. Toutes nos croisières sont accompagnées par du personnel et des conférenciers francophones. Laissez-vous bercer par nos propositions qui, nous l'espérons, vous séduiront. Bonne lecture, nous levons les amarres…

BK Organisation is committed to researching the finest, exclusive holidays – including this selection of French-speaking cruises on a variety of themes, accompanied by distinguished experts.
Cruising offers a host of advantages, not least the pleasure of not having to pack and unpack each time you move to your next destination!
Our selection is based on the quality of the experience offered, and the level of comfort aboard each boat. All our cruises are accompanied by French-speaking staff and lecturers. Bonne lecture, and bon voyage!

Fascination de l'Amazone, La Forêt d'Emeraude

Du 5 au 18 janvier 2012 et du 30 octobre au 12 novembre 2012
Plus qu'une croisière, il s'agit là d'une expérience unique et envoûtante, qui vous permettra de pénétrer dans des conditions optimales, le cœur secret de ce sanctuaire de la biodiversité qu'est l'Amazonie. Vous irez sur les marchés débordant de produits, d'épices et de plantes aux vertus inconnues, vous serez invités par des tribus amérindiennes qui vivent encore selon leurs traditions ancestrales. En pirogue, à pied, en compagnie d'un guide indien, vous pénétrerez le secret de cette forêt primaire sur les traces de Lévi-Strauss et de ces ethnologues qui mirent en évidence qu'une civilisation avancée existait déjà il y a 11 000 ans…

Vous embarquez à bord du M/S Amazon Dream, petite unité, de type traditionnel, construite en bois d'Ipe et d'Itauba qui vous accueille dans une atmosphère chaleureuse et raffinée.
Ses 9 cabines décorées avec soin et son aménagement intérieur plein de charme vous permettent de profiter pleinement de cette croisière, conçue dans le respect et la sauvegarde de l'environnement. Des canots à moteur, masques, palmes et tubas sont à votre disposition pour explorer les eaux translucides des rivières, observer la faune et la flore et vous dévoiler tous les mystères de la forêt amazonienne.
Les points forts de la croisière :

> Le bateau privatisé pour une clientèle francophone
> Une croisière en compagnie d'un guide passionné et spécialisé dans la forêt amazonienne
> Un bateau d'exception pour voyager au cœur de l'Amazonie brésilienne
> Des rencontres avec les populations locales
> Un jour et une nuit à Belém et à Sao Luis
> La possibilité d'un séjour prolongé (nous consulter).

Fascinating Amazon, the Emerald Forest

From 5 to 18 January 2012 and 30 October to 12 November 2012
More than a cruise, this is a unique, enchanting experience, taking you to the secret heart of the global biodiversity sanctuary that is the Amazon rainforest – in complete comfort. Visit markets overflowing with unknown products, spices and plants, and be the guest of Amerindian tribes proudly preserving their ancestral lifestyles. By dug-out canoe, or on foot with local guides, discover the secrets of this virgin forest, in the footsteps of Lévi-Strauss and other leading ethnologists, whose work proved the existence of an advanced civilization in the region, 11,000 years ago.

Aboard a small, traditional ship, the MS Amazon Dream – built from Ipe and Itauba wood – guests enjoy a refined, welcoming atmosphere. Enjoy the cruise to the full, in one of the nine beautifully-decorated, charming cabins. Motorboats, snorkeling masks and flippers are available for swimmers eager to explore the transparent waters of the river, or observe its fauna and flora: the key to the mysteries of the Amazon.
Cruise highlights:

> The boat can be hired privately for exclusively Francophone cruises
> Cruise in the company of an expert guide and Amazon specialist
> An exceptional boat taking you to the heart of the Brazilian Amazon
> Visits to local tribes
> One day and one night in Belém and Sao Luis
> Extended stays (by arrangement).

Du Cap aux chutes Victoria, Safari croisière sur le fleuve Chobe

Du 8 au 18 avril 2012 et du 13 au 23 mai 2012
Le Cap est bâti au cœur de l'un des sites urbains les plus grandioses du monde. Vous aurez donc le plaisir de découvrir cette ville cosmopolite, ouverte sur l'océan Atlantique et dominée par la fameuse "Table Mountain".
Après une escapade lunaire au cap de Bonne-Espérance et une excursion sur la Route des Vins, vous atteindrez la rivière Chobe pour naviguer au cœur d'un paysage exceptionnel et vous adonner ainsi à l'observation privilégiée de la faune. Pour parfaire votre safari croisière, vous arriverez jusqu'aux rives du Zambèze afin d'admirer les célèbres Chutes Victoria.

Vous embarquez à bord du Zambezi Queen, ce très luxueux bateau de 14 cabines offre tous les raffinements pour rendre votre expédition parfaitement inoubliable !

From Cape Town to the Victoria Falls, a safari cruise on the Chobe River

From 8 to 18 April 2012 and from 13 to 23 May 2012
Cape Town occupies one of the world's most stunning urban settings: discover this cosmopolitan city, overlooking the Atlantic and dominated by its famous Table Mountain. After visits to the lunar landscape of the Cape of Good Hope, and the Cape wine region, set sail along the Chobe river for a cruise through extraordinary landscapes, offering privileged glimpses of the local fauna. Your river cruise ends on the banks of the Zambezi, in sight of the celebrated Victoria Falls.
Your boat – the Zambezi Queen – is a luxurious 14-cabin ship with every comfort, for an unforgettable adventure!
Styled by one of South Africa's leading designers, each cabin has its own private balcony and bathroom, and a vast picture window opening onto the river.

Chaque cabine possède son balcon privé, sa salle de bain et une large baie vitrée ouvrant sur le fleuve, un rêve absolu.
Un bateau signé par l'un des plus grands créateurs de Design d'Afrique du Sud… Depuis le Zambezi Queen, les safaris nautiques, safaris en 4x4, parties de pêche se succèdent. Tout est grandiose au pays des éléphants…
Les points forts de la croisière :

> Un guide francophone
> Le Cap et ses paysages époustouflants
> Les animaux sauvages dans leur milieu naturel
> Deux soirées traditionnelles africaines
> Les spectaculaires chutes Victoria
> La possibilité d'un pré-circuit en Namibie

The Zambezi Queen is your base for water safaris, 4x4 safaris and fishing parties, in the land where elephant is King. Cruise highlights:

> A Francophone guide
> the majestic landscapes of Cape Town and the Cape of Good Hope
> Wild animals in their natural habitat
> Two traditional African evenings
> The spectacular Victoria Falls
> An additional pre-cruise itinerary in Namibia.

Entre mythes et légendes, les Highlands d'Ecosse

Du 8 au 15 juin 2012 et du 15 au 22 juin 2012
Les Highlands sont un paradis sauvage, baigné par la lumière d'or et de cendre d'un ciel changeant. Le mois de juin constitue sans aucun doute l'écrin idéal d'une nature exubérante et souvent exotique, réchauffée par le Gulf Stream et les longues journées de printemps. Cette région splendide, façonnée de montagnes entaillées, de vallées enchâssées et de côtes déchiquetées, constitue la quintessence du paysage écossais. D'îles en châteaux, d'abbayes en jardin fleuris, c'est toute l'histoire des Highlanders qui se déroule sur ce terrain aussi accidenté que beau et empreint de magie !

Vous embarquez à bord du M/V Lord of the Glens, ce petit yacht a été spécialement adapté pour répondre aux exigences particulières d'une navigation combinant les écluses étroites du Canal Calédonien et le grandiose littoral maritime. Les matériaux, les couleurs et tous les équipements ont été soigneusement choisis dans l'esprit de la tradition nautique. Les cabines, le restaurant, le salon-bar offrent aux 54 hôtes privilégiés, tout le confort et l'élégance de l'art de vivre à l'écossaise.
Les points forts de la croisière :

> Un guide francophone et un autocar privatisé
> Les conférences à bord
> La visite d'une distillerie
> La possibilité d'un séjour prolongé à Edimbourg ou Glasgow.

Myths and legends of the Scottish Highlands

From 8 to 15 June 2012 and from 15 to 22 June 2012
The Highlands of Scotland are wild and beautiful, bathed in the golden sunshine and ashen light of constantly-shifting skies. June is the ideal month to enjoy the region's surprising, often exotic flora and fauna, warmed by the Gulf Stream and long spring days. This splendid region, with its rugged mountains, deep valleys and spectacular, jagged coastline, offers the true essence of Scotland: islands and castles, abbeys and flower gardens, the whole history and magic of a proud country!

The MV Lord of the Glen is a small yacht specially adapted to the demands of navigating the narrow locks of the Caledonian Canal, and the stunning seascapes of the coast. Materials, colour scheme and equipment have all been carefully chosen in the best nautical tradition. The cabins, restaurant and saloon bar serve 54 guests in comfort and elegance, with the best of Scots hospitality. Cruise highlights:

> French-speaking guide and private coach
> On-board lectures
> Distillery visit
> Optional extended stays in Edinburgh or Glasgow.

Splendeurs et spiritualité, Du Triangle d'Or au Laos

Du 14 au 23 novembre 2012
Après la mousson, les eaux du fleuve sont hautes. C'est une excellente saison pour naviguer dans cette région montagneuse du Triangle d'Or, point de rencontre avec la Thaïlande et la Birmanie, jusqu'à Vientiane.
Royaumes, empires, villages retirés, majesté et mosaïque de peuples sont le cadre éblouissant de cette croisière qui pénètre au cœur d'un pays authentique : le Laos. Des temples bouddhistes aux paisibles villages de la vallée, du Royaume du million d'éléphants aux marchés pittoresques, vous découvrirez aussi des ethnies tibéto-birmanes, chinoises ou lao dont vous apprendrez à reconnaître les costumes, les coiffes et les traditions. Cette croisière rare est aussi un voyage dans le temps.

Spiritual splendors, from the Golden Triangle to Laos

14 to 23 November 2012
After the monsoon season, the river waters are high – making this the perfect time to navigate the mountainous Golden Triangle region, on the Thai-Burmese border, as far as Vientiane. Kingdoms, empires, isolated villages, the region's majestic peoples and mosaic of tribes are the backdrop to a cruise to the heart of the unspoilt country of Laos. From Buddhist temples to peaceful valley villages, and from the Kingdom of a Thousand Elephants to picturesque markets, discover the many different Tibetan, Burmese, Chinese and Laotian peoples, learning to recognize their distinctive costumes, hairstyles and traditions. An exceptional cruise that's also a journey back in time.

Vous embarquez à bord du Mekong Sun, ce bateau disposant de seulement 14 cabines réparties sur deux ponts, possède le charme des anciens bateaux de l'époque coloniale. Paré de bois exotiques, il vous transporte instantanément dans les lumières d'antan à travers les paysages intemporels du mythique Triangle d'Or. Une restauration et un service raffinés, une attention discrète prêtée à chaque passager, complètent le plaisir de la croisière. Les points forts de la croisière :

> Les conférences à bord
> La visite de Luang Prabang, symbole du bouddhisme
> Des rencontres avec les populations locales
> Un parfait équilibre entre nature et culture.
> La possibilité d'un post-séjour plage en Thaïlande.

Aboard the Mekong Sun, guests are accommodated in just 14 cabins on two decks, with all the charm of a former, colonial-era ship with tropical hardwood fittings. Cruise through the timeless beauty of the legendary Golden Triangle, enjoying sophisticated, discreet, attentive service.

> On-board lectures
> Visit to Luang Prabang, the iconic Buddhist sanctuary
> Visits to local tribes
> A perfect balance of nature and culture
> Optional post-cruise beach holiday in Thailand.

Croisière et Saveurs, Cuisine Fusion au fil du Mekong

Du 12 au 23 février 2012
Comme Marguerite Duras, née en Indochine, vous ressentirez la fascination qu'exerce le fleuve. Pour y naviguer, il fallait un bateau qui soit intimement lié au fleuve, un support de rêve aux bois rouges et de teck…
Son ameublement au style Art déco évoque les luxueux bateaux d'antan. Ses vastes espaces ouverts sur le fleuve, ses équipements modernes et ses cabines spacieuses en font un bateau de caractère se prêtant bien au cadre majestueux du Mékong.

Vous embarquez à bord du R/V La Marguerite pour une croisière tout en saveurs…De Saigon à Siem Reap, le R/V La Marguerite navigue au fil du Mékong. Un véritable univers sensoriel s'ouvre à vous : au coeur de ce berceau de la fertilité se mêlent saveurs et parfums. Fruits du dragon, mangues, pousses de bambous, confiture de fleurs de lotus, jus de fleurs de pamplemousse… Là-bas, les mots, les couleurs éveillent aussitôt les papilles !

Croisière and Saveurs, Fusion cuisine on the Mekong River

From 12 to 23 February 2012
Like Marguerite Duras, born in Indochina, experience the fascination of the Mekong River, aboard a perfectly-adapted ship with traditional redwood decks and local teak fittings. The Art Deco styling evokes the luxury ships of years gone by, with vast open spaces overlooking the river, plus modern equipment and spacious cabins: a ship of character, as befits the majestic setting of the Mekong.

Your gourmet cruise takes place aboard the RV La Marguerite, navigating the Mekong from Saigon to Siem Reap. Flavours and aromas mingle in the heart of the region's Fertile Crescent. Feast on dragon fruit, mango, bamboo shoots, lotus-flower jam, grapefruit blossom juice… Chef David Martin brings the region's ancestral cuisine to life, from Vietnam to Cambodia, retracing the history of its different royal traditions. The cruise includes culinary presentations, lectures, competitions and tastings of

C'est à bord de ce magnifique bateau que David Martin fera vivre cet art culinaire ancestral qui, du Vietnam au Cambodge, retrace l'histoire de différentes traditions royales. Entre shows culinaires, conférences, concours de cuisine et plats portant sa «griffe», le plaisir des sens sera sans cesse aiguisé par le talent et l'imagination de ce chef aussi talentueux que réputé. À Siem Reap, nous vous donnons rendez-vous en sa compagnie, dans son restaurant nommé «Le Malraux». Dans une ambiance des années 30, les spécialités françaises et khmères feront de cette soirée un point d'orgue des plus savoureux !
Les points forts de la croisière :

> La direction de croisière et l'accompagnement francophone sur place
> La participation de David Martin, chroniqueur culinaire : shows, animations et conférences
> Les conférences à bord
> Une découverte approfondie du fabuleux site d'Angkor
> Un dîner à Siem Reap dans le restaurant «Le Malraux» de David Martin
> Les boissons au cours des repas à bord
> La possibilité d'une pré-croisière à la Baie d'Halong.

dishes created specially by David Martin: a delight for all the senses, from a talented, renowned chef. At Siem Reap, guests dine at David's own restaurant, Le Malraux, serving French and Khmer specialities in a 1930s setting - a memorable gourmet highlight! Cruise highlights :

> Cruise directors and guides are all French-speaking
> Lectures and presentations by culinary expert and writer David Martin
> On-board lectures
> In-depth visit of the fabulous Angkor Wat temple
> Dinner in Siem Reap at David Martin's restaurant Le Malraux
> Local drinks served with every meal on board
> Optional pre-cruise visit to the Bay of Halong.

Croisière et Musique, au coeur de la Russie avec Claude Debussy

Du 7 au 20 mai 2012

De Rostov-sur-le-Don à Moscou, c'est sur plus de 3000 km que se déploient en Russie Méridionale, sur les anciennes routes de l'ambre et des fourrures, les somptueux paysages et les villes légendaires, telles Ouglitch, Kostroma, Nijni Novgorod ou Kazan. Pour fêter le 150e anniversaire de la naissance de Debussy, vous serez tout au long de cette croisière « Evénement » à bord du M/S Tchaïkovski Prestige, accompagnés par son œuvre et celle de ses amis musiciens russes. Une façon d'apprécier ce qu'il écrivait dans la célèbre revue Blanche : «La musique est un art libre, jaillissant, un art de plein air, un art à la mesure des éléments, du vent, du ciel, de la mer». Les points forts de la croisière :

• Un plateau artistique prestigieux à bord • La participation de musiciens russes de l'Orchestre philharmonique de Saint-Pétersbourg • Des récitals en soirée • Des salles privatisées pour les représentations musicales en escales • Une soirée concert à Moscou • La direction de croisière et l'accompagnement francophones sur place • Les conférences à bord.

L'Inde sacrée, de Calcutta à Bénarès

Du 23 septembre au 4 octobre 2012

Entre Calcutta, capitale du Bengale et Bénarès, ville de Shiva sacrée entre toutes, cet itinéraire vous permettra d'approcher l'Inde la plus authentique et la plus secrète aussi. Paysages inoubliables au patrimoine colonial, soieries et brocards chatoyants fabriqués par les artisans de la région, temples dédiés à de nombreux dieux du panthéon hindouiste, ce sont mille détails de la vie quotidienne que vous pourrez saisir au rythme de l'eau. Vous aborderez Vârânasî, l'ancienne Bénarès, et ses immenses ghâts où l'on vient prier, se purifier et mourir pour atteindre le Nirvana. Les points forts de la croisière :

• Un guide francophone et un autocar privatisé • La découverte du Bengale authentique • Deux jours à Bénarès, la ville sainte des Hindous • Les conférences à bord • La possibilité d'un pré-circuit au Bhoutan.

Croisière et Cinéma, la Dolce Vita

Du 8 au 15 septembre 2012

Quand l'Italie fait son cinéma, avec la participation d'André Asséo, un passionné de cinéma qui fut pendant vingt-huit ans, le «Monsieur cinéma» de France Inter en animant la célèbre émission «Les Etoiles du Cinéma» dont il fut le producteur… De la côte amalfitaine piquée de somptueuses villas aux paysages purs de Sicile, l'Italie du Sud commence fatalement par le souvenir d'images de cinéma. Contraste saisissant entre l'exubérance joyeuse du peuple et la solennité de la propriété du prince de Salina dans le Guépard de Visconti. Étrangeté impressionnante des volcans de l'Etna et de Stromboli. Tout ici semble se jouer dans un excès de beauté, jusqu'à la tragédie au cœur du temple grec d'Agrigente ou du théâtre antique de Taormine. La croisière est idéale, comme une mémoire qui associerait des visages et des époques qui n'auraient rien à voir ensemble et qui pourtant dessineraient l'aventure d'un voyage en Italie. Fantaisie, merveilleux, il n'y a qu'à embarquer pour suivre le fil enchanteur de cette « Dolce Vita ». Le M/Y Variety Voyager vous y invite avec grâce. Ce yacht, construit en 2011, inaugure une nouvelle conception de la croisière en Méditerranée, où élégance et raffinement se conjuguent merveilleusement au scénario de la découverte. Les points forts de la croisière :

• La participation de M. André Asséo, critique de cinéma et producteur de l'émission Cinéfilms sur France Inter • La magie grandeur nature des plus beaux décors de cinéma • Un guide francophone et un autocar privatisé.

Croisière and Musique, To the Russian heartland, with Claude Debussy

7 to 20 May 2012

From Rostov on the river Don, to Moscow, explore 3,000 km of southern Russia's waterways on the old amber and fur routes, taking in sumptuous landscapes and legendary villages like Ouglitch, Kostroma, Nijni Novgorod and Kazan. Celebrate Debussy's 150th birthday on this exceptional cruise, with a string of events aboard the MS Tchaikovsky Prestige, accompanied by performances of his works, and those of his Russian composer friends. The perfect way to enjoy what Debussy described in the celebrated Revue Blanche: 'Music is a free art form, springing forth, an art of the open air, art on an elemental scale, art that has the measure of the wind, the sky, the sea. Cruise highlights: • A superb on-board concert room • Russian musicians from the St Petersburg Philharmonic Orchestra • Evening recitals • Private concerts at stopover points along the route • An evening conert in Moscow • French-speaking crew and on-shore guides • On-board lectures.

Sacred India, from Calcutta to Benares

23 September to 4 October 2012

From Calcutta, capital of Bengal, to Benares (Varanasi), the sacred city of Shiva, the cruise itinerary takes you to the heart of secret, unspoilt India. From unforgettable landscapes, to the region's colonial heritage, stunning silks and shimmering brocades, and temples dedicated to the many gods of the Hindu pantheon, enjoy the myriad details of everyday life along the river, at a leisurely pace. At Varanasi, marvel at the vast ghats – where people come to pray, purify themselves, and die, in the hope of attaining Nirvana. Cruise highlights: • Francophone guide and private coach • Discover unspoilt Bengal • Two days in Benares.Varanasi, the sacred Hindu city • On-board lectures • Optional pre-cruise circuit in Bhutan.

Croisière and Cinéma, La Dolce Vita

From 8 to 15 September 2012

A voyage to heart of Italian cinema, in the company of French cinephile André Asséo, the presenter and producer of France Inter radio's programme Les Etoiles du Cinéma for almost a quarter of a century. From the Amalfi coast, dotted with stunning villas, to the unspoilt landscapes of Sicily, southern Italy is bound up with memories of the films the region has inspired: the striking contrast between the exuberance of ordinary people, and the sombre residence of the Prince of Salina, in Visconti's The Leopard; the impressive, exotic volcanoes of Etna and Stromboli… Scenes of beauty and tragedy unfold in the heart of the Greek temple at Agrigente, or the ancient theatre of Taormina. What better way than a cruise to link the many different faces and periods of Italian history? Board the MV Variety Voyager for an unforgettable cruise, and a taste of the true Dolce Vita. Built in 2011, the luxury yacht heralds a new concept in Mediterranean cruising, combining elegance and sophistication with new discoveries and a touch of adventure. Cruise highlights: • Lectures and talks by André Asséo, film critic and celebrated producer of film programmes for France Inter radio • Experience legendary film settings in real life • French-speaking guide and private coach.

bk organisation
Créateur de voyages d'exception

info@bkorganisation.com
www.bkorganisation.com - Tel: +41 22 737 21 70

BK Organisation, créateur de voyages d'exception, réalise vos rêves dans le moindre détail.
-/ BK Organisation: exceptional tailored holidays, making your dreams reality, down to the last detail.

Starling
HOTEL & CONFERENCE CENTER
GENEVA

last minute meeting*

Efficiently different, in meetings !

* 26 NOUVELLES BUSINESS SUITES
de 2 à 10 personnes pour vos réunions d'affaires

5500 M² D'ESPACES CONFÉRENCE ET EXPOSITION AU CŒUR DE L'HOTEL

Facilités de parking • A proximité de l'autoroute • 1 min. à pied de Palexpo • 3 min. de l'aéroport • 10 min. du centre ville

STARLING GENEVA HOTEL & CONFERENCE CENTER
Route François-Peyrot 34 · CH - 1218 Le Grand-Saconnex · Genève · Suisse
T + 41 22 747 02 02 · www.shgeneva.com

SQS ISO 9001 / ISO 14001
FREE WiFi SPOT

Natacha Lesueur, la photographie comme réalité tangible

-/ Natacha Lesueur: photographing a deeper reality

Jusqu'au 15 janvier, le Mamco est en ébullition. D'un côté, «Biens communs 1» présente un choix d'acquisitions récentes parmi les 1500 œuvres du musée : le squelette *Habibi* d'Adel Abdessemed, *La Forêt* de Xavier Veilhan, Jan Fabre ou encore *Les Chats* d'Alain Séchas. De l'autre, cinq expositions monographiques mettent en avant le travail de six artistes hors du commun : Moo Chew Wong, Peter Dreher, Romane Holderried Kaesdorf, Anne Marie Jugnet et Alain Clairet. Honneur ici à la plus jeune, Natacha Lesueur.

Natacha Lesueur est née à Cannes en 1971. Déjà exposée au Mamco en 2001, la photographe utilise principalement le corps comme support. L'artiste se plait à le marquer d'empreintes ou de signes sociologiques pour lui donner un autre sens, lui offrir une deuxième lecture. Dans *Je suis née etc...*, elle présente notamment son dernier projet autour de Carmen Miranda, une actrice brésilienne des années 50, qui a fasciné Hollywood. Dans cette série, elle choisit de mettre en exergue les signes de l'« exotisme » de « la bombe brésilienne », comme elle fut prénommée. Tour à tour, sculptée, maquillée, accessoirisée, l'icône brésilienne est mise en scène pour mieux déconstruire et reconstruire ce personnage instrumentalisé à l'époque… sans modération.
Comme toujours, Natacha Lesueur semble jouer des codes et des formes pour nous pousser dans nos contradictions : le spectateur est tour à tour attiré et repoussé, souriant et inquiet. De l'étrange… irrésistiblement attirant !

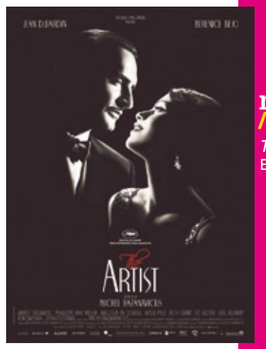
-/ Mamco is bubbling with activity through to mid-January. Bien communs 1 presents a selection of recent acquisitions from the museum's permanent collection of 1,500 artworks, including Adel Abdessemed's Habibi skeleton, La Forêt by Xavier Veilhan and Jan Fabre, and Les Chats by Alain Séchas. Complementing this, six solo exhibitions present the work of five exceptional artists: Moo Chew Wong, Peter Dreher, Romane Holderried Kaesdorf, Anne Marie Jugnet and Alain Clairet. Plus the youngest star, Natacha Lesueur, featured here.

Natacha Lesueur was born in Cannes in 1971, and exhibited at Mamco in 2001.Taking the human body as her central medium, Lesueur's work imbues her figures with sociological signs or marks, giving them a wider significance – a second reading. In Je suis née etc., she presents her first study of the 1950s Brazilian actress and entertainer Carmen Miranda, emphasizing the 'Brazilian bombshell's' exoticism. By turns sculpted, made up, and accessorized, the Carmen Miranda's iconic figure is deconstructed and reconstructed, exploring the actress's commodification and exploitation in her own day. A fascinating, 'no-limits' study.
As in all her work, Natacha Lesueur plays on conventional codes and forms, pushing the viewer to acknowledge their inherent contradictions: we are attracted and repelled, entertained and troubled. Strangely irresistible!

Cycle L'Éternel Détour du 19 octobre 2011 au 15 janvier 2012 - MAMCO - 10, rue des Vieux-Grenadiers, Genève +41 22 320 61 22 - www.mamco.ch

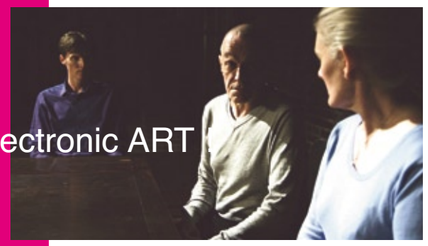
AGENDATES

les rendez-vous du mois / what to do this month



novembre 01 > > > Movie !

The Artist **de Michel Hazanavicius avec Jean Dujardin**
En salle à Genève - www.cineman.ch



novembre 05 de 10h à 18h > > Electronic ART

Journée des arts électroniques (et l'exposition Worldmaking du collectif_fact jusqu'au 15 janvier)
Centre d'art contemporain Genève - 10, rue des Vieux-Grenadiers, Genève - +41 22 329 18 42 - www.centre.ch

novembre 10 jusqu'au 10 décembre > > > > Art !

Exposition *Gossip*, collage de papier compressé, BD et newspaper / Invité d'honneur : artiste Joseph.
Bel Air Fine Arts- 7, rue de la Corraterie, Genève - + 41 22 310 16 67 - www.belairfineart.com

Image: Joseph, « Andy Warhol », Assemblage de billets banque de 1 US$, 150 x 150 cm, ©Joseph / Bel-Air Fine Art

novembre 15 à 20h > Music !

Bob Dylan & Mark Knopfler
ARENA - 3, route de Batailleux, Genève - www.geneva-arena.ch

novembre 22 et 23 novembre à 20h30 > > > >Theater !

Kramer contre Kramer avec Gwendoline Hamon et Frédéric Diefenthal
THEATRE DU LEMAN - 19, quai su Mont-Blanc, Genève -+41 22 732 00 00 - www.theatreduleman.com

novembre 27 à 17H00 > > > Contemporary Dance !

La tentation d'Ève Marie-Claude Pietragalla
Théâtre de Beausobre – 2, avenue de Vertou, Morges - www.beausobre.ch

Lausanne, Capitale de la danse

-/ Lausanne, Capital of dance

La saison culturelle lausannoise 2011-2012 est emprunte de manifestations relatives au monde de la danse. La capitale vaudoise célèbre plusieurs anniversaires notables : les 40 ans du prix de Lausanne, les 25 ans de la compagnie Phillipe Saire et du Ballet Béjart à Lausanne, les 10 ans du Marchepied, les 20 ans de la compagnie Linga… L'occasion de multiplier tout au long de l'année des festivités rythmées et orchestrées par la ville : performances, expositions, ateliers, conférences… Un bel hommage au monde chorégraphique lausannois, avec en prime, un « Dancebook » à la disposition de chacun, décryptant l'univers local de la danse.

-/ Lausanne's cultural season 2011-12 features a strong of events related to the world of dance. The Vaudois capital celebrates a number of important anniversaries this year, too: 40 years of the Prix de Lausanne, 25 years of the Compagnie Phillipe Saire and the Béjart Ballet Lausanne, 10 years of Marchepied, 20 years of the Compagnie Linga… What better pretext for a year-long celebration, with performances, exhibitions, workshops, lectures and more. A fitting tribute to the city's thriving dance scene – plus a commemorative 'Dancebook' packed with information.

Lausanne, capitale de la danse
Depuis le 22 septembre – www.lausanne.ch

Concours de Genève : une institution dans l'univers musical hélvète

-/ Concours de Genève: an institution on the Swiss music scene

Chaque année, une dizaine de jeunes virtuoses du monde entier se réunit à Genève à l'occasion du prestigieux « Concours de Genève ». Diverses disciplines sont représentées, avec cette année, le chant et les quators à cordes à l'honneur. Les lauréats auront notamment la chance de participer à une tournée dans quatre villes phares : Paris, Genève, Bruxelles et Zurich. Véritable tremplin pour établir une carrière internationale, le « Concours de Genève » peut se targuer d'avoir découvert nombre de prodiges musicaux.

-/ Every year, ten young virtuosos from all over the world gather in Geneva for the prestigious 'Concours de Genève'. A range of music disciplines are represented, with the focus this year on string quartets and singers. The winners will take part in tour of four flagship cities: Paris, Geneva, Brussels and Zurich. The competition is a recognized springboard to an international classical music career, with a string of past discoveries to its name.

Concours de Genève – du 11 au 24 novembre
www.concoursgeneve.ch

Die Entführung aus dem Serail Mozart à son apogée

-/ Die Entführung aus dem Serail Mozart at the height of his powers

Le Grand Théâtre de Genève présente pour sa rentrée « Die Entführung aus dem Serail », un Singspiel (œuvre théâtrale parlée et chantée en allemand) en trois actes signé Mozart. Le pitch ? Belmonte tente d'enlever sa dulcinée, Konstanze, aux griffes du Pacha Selim et de son sbire. Cette œuvre comique, emplie de péripéties et autres rebondissements, est magistralement mise en scène par la jeune suédoise Mira Bartov et orchestrée par le directeur de l'opéra de Vancouver, Jonathan Darlington.

-/ The Grand Théâtre de Genève presents Die Entführung aus dem Serail, a Singspiel in three acts (spoken and sung in German) by Mozart. Belmonte strives to free the love of his life, Konstanze, from the clutches of the Pasha Selim and his cruel henchman. The comic work, with its endlessly twisting plot, is magnficently staged by young Swedish director Mira Bartov, and conducted by the director of Vancouver Opera, Jonathan Darlington.

GRAND THEATRE DE GENEVE
Die Entführung aus dem Serail – du 16 au 27 novembre - + 41 22 418 30 00
www.geneveopera.com

XL Triptyques : 40 ans, ça se fête !

-/ XL Triptyques: celebrating 40 years of the Lausanne Festival!

Pour fêter les 40 ans du Festival de la Cité Lausanne, l'exposition « XL Triptyques » investit les locaux de la Clinique de La Source à Lausanne. Sous l'œil du photographe officiel du Festival, Olivier Wavre, et de l'illustratrice Yasmine Vanderauwera, 21 triptyques rappelleront les moments forts du festival. « Quoi de plus normal que de continuer à faire battre le cœur du festival dans nos murs, nous qui pratiquons la cardiologie ! », rappelle le Directeur général de la Clinique !

-/ Celebrating the 40th anniversary of the Festival de la Cité Lausanne, XL Triptyques is an exhibition at the Clinique de La Source, featuring 21 photographic triptychs, curated by the official festival photographer Olivier Wavre, and illustrator Yasmine Vanderauwera. Each work captures a highlight from the festival's history. 'It seemed natural to bring the beating heart of the Festival into our cardiology Clinic!' said La Source's director general.

XL Triptyques - du 30 Septembre au 29 Mars 2012
www.lasource.ch - www.festivalcite.ch

La R'vue : Cuvée 2011 !

-/ La R'vue: Cuvée 2011!

L'un des rendez-vous phare de la vie culturelle genevoise est de retour sur les planches du Casino-Théâtre ! La 3ème édition du duo Philippe Cohen et Gaspard Boesch mettra la lumière sur les sujets qui frappent et qui fâchent de la scène politico-socialo-genevoise et internationale : jouez au Monopoly avec Mark Muller ou testez les produits Estée Lauder Adler ! De la gauche à la droite en passant par le centre : puissants et impuissants, riches et pauvres, privilégiés et oubliés, tous seront dans la R'vue ! Côté Live, un orchestre Music'Hall rythmera les comédiens ! Avant ou après le spectacle, sustentez-vous dans des lieux de qualité et à proximité : Misuji, l'Universal, le Coq en Pâte ou le Little Buddha ouvriront leur cuisine juste pour vous ! Post Tenebras Lux…

-/ The return of the Casino-Théâtre is a Genevan cultural highlight! This year, for their third season, the duo (Philippe Cohen and Gaspard Boesch) will focus on hot topics and thorny issues on the local and international socio-political scene: play Monopoly with Mark Muller, or try the latest beauty products from Estée Lauder Adler ! Left to right (not forgetting the centre): a line-up of the powerful and downtrodden, rich and poor, privileged and excluded… Everyone's in the R'vue, with a live music-hall orchestra to boot. A host of top local eateries – Misuji, the Universal, Le Coq en Pâte, Little Buddha – serve meals before and after the show. Post tenebras lux…

Du 3 novembre au 31 décembre
Casino-Théâtre – 42, rue de Carouge, Genève
www.larvue.ch

Basquiat, Untitled 1982

OPERA GALLERY : Hommage à l'art contemporain

-/OPERA GALLERY: A celebration of contemporary art

Trente ans avaient beau les séparer, Warhol et Basquiat étaient devenus… inséparables. Unique à Genève, Opera Gallery réunit à nouveau ces deux monstres sacrés de l'art du XXe siècle à travers une exposition de 25 œuvres des deux artistes.

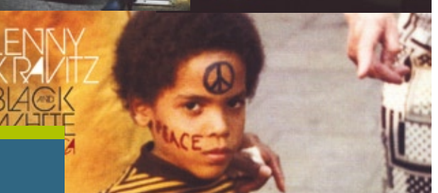
Warhol, le « Pape du Pop Art », a dominé la scène artistique new-yorkaise des années 60'-70' en étant le premier à recourir à la sérigraphie et à se réapproprier des figures de la culture populaire. Basquiat, l'enfant de Brooklyn, a su créer son propre langage proche du graffiti et de la BD, pour exprimer des thèmes qui lui étaient chers : racisme, corps humain, mort, argent... Amis dans la vie et complices dans l'art, Warhol et Basquiat sont aujourd'hui le reflet d'une époque !

-/ Born thirty years apart, Warhol and Basquiat became inseparable towards to the end of both their lives. Now Geneva's Opera Gallery presents a unique exhibition of 25 works, reuniting two of the bad boys of 20th century art. Warhol, the 'Pop Art Pope', dominated the New York art scene in the 1960s and 70s, as the first artist to use silk-screen printing to appropriate iconic images from contemporary popular culture. Brooklyn-born Basquiat created his own artistic language inspired by graffiti and comic-book art, exploring themes of racism, the human body, death, and money… Friends in life, colleagues in art, Warhol and Basquiat embody the key decades of the New York scene, from the 1960s to the 1980s. The essence of (several) eras!

Opera Gallery – du 18 novembre au 20 décembre
Place Longemalle 10-12, Genève
+ 41 22 318 57 70 - www.operagallery.com

URBAN LIVE !

les rendez-vous du mois / what to do this month



Concerts

On chantonne avec Lynda Lemay, on latino avec Paco de Lucia et on Rock avec Lenny Kravitz

-/Celebrating singer-songwriter Lynda Lemay, Latino rhythms with Paco de Lucia, and West-Coast rock with Lenny Kravitz

Loin des chanteuses canadiennes du registre sentimental, **Lynda Lemay**, auteure-compositrice-interprète, se distingue par une personnalité forte de chanteuse à textes, à l'univers sensible et original.

-/ Singer-songwriter Lynda Lemay is a far cry from some of her schmaltzier Canadian compatriots, with a strong personality, sensational lyrics, and a sensitive, highly original style.

Théâtre du Léman à Genève, le 4 et le 5 novembre puis à Montreux - Auditorium Stravinski -, le dimanche 6 novembre

PACO DE LUCIA, le renouveau du Flamenco espagnol, s'est imposé comme l'un des plus grands guitaristes au monde.

-/ Paco de Lucia is a one-man Spanish Flamenco Renaissance, one of the finest guitarists alive today.

Théâtre du Léman à Genève, le 16 novembre

Avec la sortie de *Black and White America*, **LENNY KRAVITZ** poursuit sa tournée européenne en interprétant tous ses plus grands succès. L'un des acteurs majeurs de la scène rock à ne pas manquer !

-/ The European Black and White America tour continues, with Lenny Kravitz presenting a string of his biggest hits. One of THE rock personalities of the day… Unmissable.

Arena à Genève, le jeudi 24 novembre puis au Hallenstadion de Zurich, le samedi 26 novembre

CD

CHARLOTTE GAINSBOURG STAGE WHISPER

-/ CHARLOTTE GAINSBOURG STAGE WHISPER

Après le succès de *IRM*, Charlotte Gainsbourg sort son troisième album, *Stage Whisper*, de nouveau en collaboration avec le musicien américain Beck. Révélé en septembre, le single très électro « Terrible Angels » est servi par un clip déjanté signé Nathalie Canguilhem.

-/ After the success of IRM, Charlotte Gainsbourg's third album, Stage Whisper, is her third collaboration with American musician Beck. Previewed in September, the electro single, Terrible Angels, comes with an off-beat video clip by Nathalie Canguilhem.

THOMAS DUTRONC SILENCE ON TOURNE, ON TOURNE EN ROND

Thomas Dutronc signe un deuxième album plein d'humour. Son premier opus, *Comme un manouche sans guitare*, a été vendu à 600 000 exemplaires et fut récompensé aux Victoires de la musique.

-/ Thomas Dutronc's second album is shot through with a strong dose of humour. Eagerly awaited after the success of his first release, *Comme un manouche sans guitare*, which sold 600,000 copies and won accolades at France's Victoires de la Musique.

BJÖRK BIOPHILIA

Après quatre ans d'absence, l'Islandaise déjantée Björk revient avec un nouvel album créé à partir d'applications iPad et de morceaux enregistrés en live. Un album planant et décalé comme toujours.

-/ After a four-year silence, Iceland's wild child Björk release a new album created using iPad technology and live recorded samplings. As dreamlike and fabulous as ever.

Books

GUIDE LAUSANNE CONTEMPORAIN

La Fondation lausannoise pour l'art contemporain (FLAC) vient de lancer son premier volume de son guide Lausanne Contemporain. Un ouvrage pour découvrir lieux et artistes de la capitale vaudoise.

-/ La Fondation lausannoise pour l'art contemporain (FLAC) has just launched the first volume of its Lausanne Contemporain guide to the Vaudois capital's key contemporary artists and venues.

www.fondationflac.ch

MARINA DE CARLOS RUIZ ZAFON -/ MARINA BY CARLOS RUIZ ZAFON

Ecrit avant son succès planétaire *L'ombre du vent*, *Marina* ne paraît en Europe que cette année. L'intrigue se situe également à Barcelone, à la fin des années 70. Une histoire envoûtante et terrible se met en place… Avec son univers cinématographique, Zafon est décidément un grand « réalisateur » de romans ! On dévore avec toujours autant de délectation.

-/ Written before his global best-seller Shadow of the Wind, Marina is published in Europe for the first time this year. The enchanting, gripping plot unfolds in Barcelona at the end of the 1970s. Zafon's cinematic approach establishes him as a truly great, novelistic 'director'! A delicious page-turner, as always…

www.laffont.fr

cos-sa.ch

La maison des marques
Hugo Boss – Marella
MaxMara – Yves Gardin
Mariage Frères – Chanel
Lancel – Swarovski
Davidoff – Ralph Lauren
Chantelle – Navyboot
La Prairie – Nespresso
Tommy Hilfiger – Clarins
Girbaud – Johnett Swiss
Bodum – Mont Blanc
Hermès – Lacoste
Fred Perry – Pura Lopez
…

Votre centre commercial
www.balexert.ch
balexert

La Rolex de Konrad Adenauer
-/ Konrad Adenauer's Rolex

La vente de Haute Horlogerie de Sotheby's à l'hôtel Beau-Rivage à Genève le 13 novembre mettra en vente des garde-temps de l'histoire mondiale, dont une Rolex ayant appartenu à un Chef d'Etat allemand : Konrad Adenauer, Premier Chancelier de la République fédérale d'Allemagne (RFA).
Cette pièce historique sera offerte avec son écrin en cuir d'origine ainsi qu'une lettre destinée au chancelier provenant du fondateur allemand de Rolex, Hans Wilsdorf. Cette montre-bracelet automatique en or jaune 18 carats avec secondes au centre est datée et gravée du nom du Chancelier.
-/Sotheby's sale of important watches at Geneva's Hôtel Beau-Rivage, on November 13, features timepieces that have gone down in world history, including a Rolex belonging to Konrad Adenauer, the first Chancellor of the Federal Republic of Germany. The historic watch comes in its original leather case, with a letter to the Chancellor from Rolex's German founder Hans Wilsdorf. The automatic 18-carat yellow gold watch, with a central second hand, is dated and engraved with the Chancellor's name.

www.sothebys.com

ISSUE PROJECT ROOM : Benefit Art Auction
-/ ISSUE PROJECT ROOM : Benefit Art Auction

L'Issue Project Room s'est imposé depuis 2003 comme l'un des lieux avand-gardistes majeur à Brooklyn, promouvant des artistes émergeants, des performances frénétiques et des expositions pour le moins surprenantes. Le 1er octobre 2011 était présentée à l'Industria Superstudio en plein Manhattan, la deuxième « Benefit Art Auction » de l'ISSUE avec à la clef, des œuvres d'artistes tels que Mike Kelley, Cindy Sherman, Christian Marclay ou Andy Warhol. Les bénéfices de cette vente seront utilisés pour produire de futurs workshops et autres programmes dans le but d'enrichir l'univers artistique new-yorkais.
-/The Issue Project Room established itself in 2003 as a major Brooklyn venue for avant-garde art, promoting work from emerging artists, frenetic performances, and often shocking exhibitions.
On October 1, 2011, ISSUE staged its second Benefit Art Auction at Industria Superstudio in the heart of Manhattan, featuring works by Mike Kelley, Cindy Sherman, Christian Marclay and Andy Warhol. Proceeds from the sale will be used to support future art workshops and other events in New York.

ISSUE Project Room's Second Benefit Art Auction - www.issueprojectroom.org

Le design à l'honneur chez KOLLER
-/ KOLLER: celebrating design

Sous la direction de Cyril Himmer, Koller possède désormais un département design. Fait unique, la maison d'enchères suisse est la seule à posséder dans son calendrier deux ventes importantes dans l'année consacrées à cette discipline. La maison Koller proposera des grands classiques vintage (Alvaar Alto, Verner Panton) et des créations plus actuelles.
Rendez-vous donc le 18 novembre prochain dès 11h30 avec notamment une sélection de mobilier art déco et années 50 : fauteuil Mies Van der Rohe, table Salvador Dali, une chaise de repos Le Corbusier, ou encore une série de porcelaine à décor polychrome des années 80… Une « auction » qui s'annonce palpitante !
-/ Koller has a new design department, directed by Cyril Himmer. The Swiss auction house is the only one of its kind with two major annual sales dedicated to design, including classic vintage names like Alvaar Alto and Verner Panton, and more recent creations.
The next date is November 18, starting at 11.30 a.m., with a selection of Art Deco and Fifties furniture: a Mies Van der Rohe armchair, a Dali table, a Le Corbusier chaise longue, and a series of polychromed porcelain from the 1980s. An exciting sale in store!

Design – vendredi 18 novembre à 11h30 - www.kollerauktionen.ch

Vous pensez sérieusement qu'il est meilleur parce qu'il a coûté cher ?

GESTOCIGARS 12-14 Rue du Marché, 5ème étage · CH-1204 Genève

Horaires de l'établissement : Du lundi au vendredi de 9.00h à 19.00h · Le samedi de 10.00h à 14.00h
Accès par ascenseur

Tél. +41 (0)22/ 312 10 80 · Fax. +41 (0)22/ 810 39 01 · E-mail : sales@gestocigars.ch · www.gestocigars.ch

creation : pop-cc.com

La puissance du son dans un design discret
-/ The power of sound, designed for discretion

L'enceinte compacte sans fil JAMBOX restitue un son hi-fi exceptionnel, quoi que vous fassiez, où que vous soyez. À la différence des autres enceintes portables, JAMBOX possède deux drivers acoustiques ultra sophistiqués capables de restituer les aigus et les basses via un seul haut-parleur. Avec une pincée de miracle technologique et un zeste d'esthétique actuelle, l'enceinte JAMBOX est aussi belle à regarder qu'à écouter.
Toute la richesse du son, avec une enceinte qui tient au creux de la main.
Vous n'allez pas en croire vos oreilles !

-/ JAMBOX wireless compact speakers deliver exceptional hi-fi sound, whatever you're doing, wherever you are. Unlike other portable speakers, JAMBOX features two ultra-sophisticated acoustic drives capable of reproducing high and bass notes alike through a single speaker. With a pinch of miracle technodust and a dash of contemporary chic, JAMBOX speakers are as stunning to look at as they are to listen to. Rich sound from a speaker that sits in the palm of your hand – you won't believe your ears!

www.jawbone.com

Purificateur d'air BULDAIR AIR NATUREL : le bien-être à la portée de tous
-/ BULDAIR AIR NATUREL purifiers: wellbeing for all

Adoptant tous types d'intérieurs, cette sphère noire laquée au design chic et minimaliste émet une douce lumière bleutée. De ce globe s'échappent des effluves d'huiles essentielles, créant une atmosphère cosy et chaleureuse. Avec une consommation en énergie minime et une facilité d'utilisation étonnante, ce purificateur d'air peut être branché sur un port USB par exemple. Egalement capable d'assainir l'air, BULDAIR retient poussière et virus grâce au filtre haute performance dont il est doté. Quiétude et volupté sont les maîtres mots de cet appareil original.

-/ Adaptable to interiors of all kinds, the super-chic, minimalist, black lacquered sphere radiates soft, blue-tinted light and a delicious fragrance of essential oils, creating a cossetted, warm atmosphere. With minimal energy consumption, the user-friendly device can be plugged into a USB dock. BULDAIR purifies the air, too, capturing dust and viruses thanks to its high-performance filter. Peace of mind, and a soothing ambience – what more could you want?

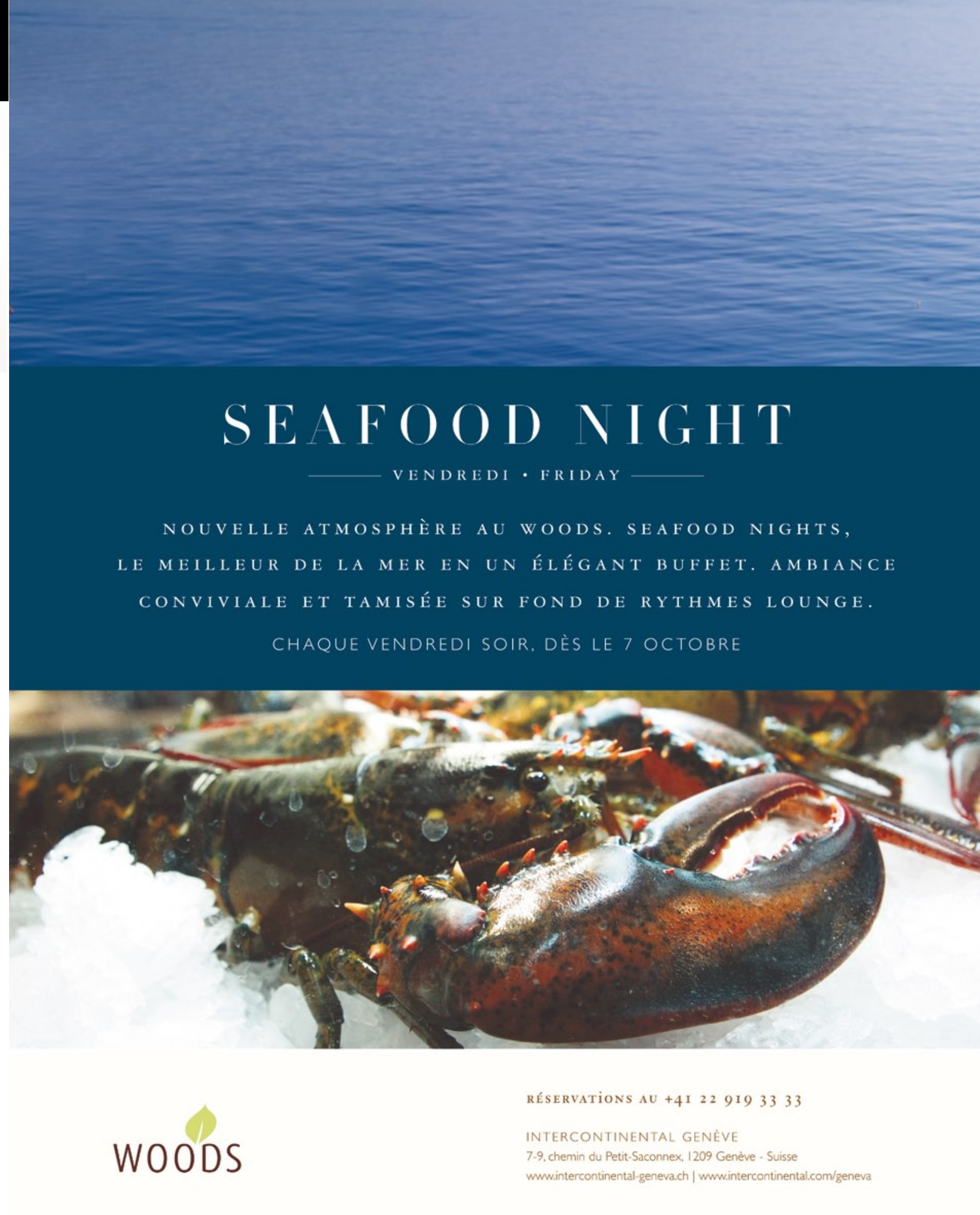
www.airnaturel.com

ACOUSTABLE... la table qui va faire du bruit
-/ ACOUSTABLE... sound in the round

Les créateurs belges Jérôme Spriet et Wolfgang Bregentzer signent une table basse aux lignes résolument design et à la fonctionnalité particulièrement contemporaine : l'Acoustable dissimule sous son plateau en forme de disque un système audio stéréo qui diffuse un son à 360 degrés. Avec son béton polymère de 120 cm de diamètre, cette table, dressée sur ses trois pieds en entonnoir, offre un design épuré et permet un gain de place dans votre salon : les enceintes n'auront plus lieu d'être ! Des ports USB ont été intégrés à cette merveille de technologie afin de pouvoir brancher téléphone, ordinateurs ou iPod. Design et son haute définition, pari réussi pour ce duo innovateur !

-/ Belgian designers Jérôme Spriet and Wolfgang Bregentzer have created a resolutely designer coffee table with a distinctive, contemporary function: the Acoustable's disc-shaped top conceals a stereo audio system that transmits sound in the round. The 120-cm-diameter polymer concrete table stands on three splayed feet, for a stylish look and extra space in your living room: no need for plug-in speakers! The fabulous, hi-tech design incorporates USB docks for your telephone, PC or iPod. Design and hi-def sound: a challenge met in style.

www.acoustable.com



CHARIVARI fait chavirer vos petons
-/ HOT-FOOT TO CHARI-VARI...

Les amatrices de souliers ne s'y sont pas trompées, Charivari est L'adresse pour trouver chaussure à son pied. Ce cadre à la fois cosy et branché offre l'une des meilleures sélection de souliers de la ville. Foison de marques dernier cri ou de grands classiques - Christian Louboutin, Emma Hope, Marc Jacobs ou Bruno Frisoni -, les élégantes de Genève habilleront leurs pieds de valeurs sûres. Les deux propriétaires de la boutique sont également connues pour procurer des conseils avisés à leur clientèle… Charivari est une boutique dont on ne ressort généralement pas les mains vides.

-/ Shoe-a-holics follow their feet – and the latest hot destination in Geneva is Charivari, a cosy, hip boutique stocking one of the finest selections in town. The dazzling line-up includes new names and established, tried-and-tested classics, from Christian Louboutin and Emma Hope to Marc Jacobs and Bruno Frisoni. Plus expert advice from the shop's duo of owners. Not a place you're likely to leave empty-handed…

Boutique Charivari – 8, rue d'Italie, Genève
+41 22 310 31 75

Globus Genève : Monsieur est servi
-/ Globus Genève: Monsieur est servi

Le magasin multimarque haut de gamme Globus a inauguré son nouvel espace consacré à la mode masculine. Au 2ème étage, s'étendant sur 1100 m2, il est désormais possible de faire son choix parmi de nombreuses marques prestigieuses telles que Burberry, Polo Ralph Lauren, Tommy Hilfiger Business, Citizen of Humanity et en exclusivité, Club Monaco parmi d'autres. Avec un espace divisé en deux parties – une classique, une tendance -, Globus tend à élargir sa gamme et à varier les plaisirs, pour le plus grand bonheur de ces messieurs.

-/ Upscale multibrand boutique Globus has opened a new 1100m2 menswear section, on the store's second floor, featuring a range of prestige brands including Burberry, Polo Ralph Lauren, Tommy Hilfiger Business, Citizen of Humanity and Geneva's only Club Monaco outlet, among others. The space is organized into two 'stories' – classic and hip – with something for all styles and tastes.

Globus Genève – 48, rue du Rhône, Genève, +41 58 578 50 50 – www.globus.ch

Hublot s'installe à Gstaad
-/ Hublot comes to Gstaad

Le 15 décembre prochain, Hublot, la célèbre enseigne suisse de montres de luxe, ouvrira une deuxième boutique dans les Alpes suisses à Gstaad. Basée sur un concept de fusion, la boutique réinterprète les valeurs de Hublot en combinant des matériaux : sols en pierre, cuir, bois… Pour une ambiance chaleureuse, feutrée et alpine, la boutique sera composée d'un plafond bernois, d'un sol en pierre Nero Assoluto Flambé, le tout dans un concept Black. L'invitation à entrer dans l'univers Hublot sera guidée par un mur d'écrans de trois mètres sur quatre, capable de retransmettre les évènements de la marque en direct du monde entier et d'informer de l'actualité du magasin. Après Ginza au Japon, Madison Avenue à New York et La Place Vendôme à Paris, Gstaad contribue à l'expansion fulgurante de la marque !

-/ On December 15, luxury Swiss watch brand Hublot opens a second boutique in the Swiss Alps, at Gstaad. Based on a 'fusion' concept, the new store reinterprets Hublot's core values with a blend of fine natural materials in signature Black: stone floors, leather, wood… The result is a cossetted, warm, Alpine ambience, beautifully offset by the Bernese ceiling and Nero Assoluto Flambé floor. A huge, 3-by-4-metre screen wall broadcasts live brand events from around the world, plus the latest Hublot news. The Gstaad store furthers Hublot's dynamic expansion drive, joining a string of recent openings, from Ginza in Japan to Madison Avenue in New York, and Place Vendôme in Paris.

Boutique Hublot - Promenade 4, 3780 Gstaad
www.hublot.com

Une journée Pretty Women !
-/ A Pretty Women's day!

Vous vous êtes prévu une journée détente shopping avec vos meilleures amies ? Le départ est prévu à 09h30 ! 9h25, un chauffeur professionnel est à votre disposition et vous attend pour vous conduire où vous le désirez tout au long de cette journée. Au programme : vos boutiques préférées à Genève, un déjeuner gourmand à Lausanne dans votre restaurant favori suivi de quelques achats et pour clore cette journée, un cocktail à Montreux, sur les rives du Lac Léman…

Selon votre agenda ou envies du moment, Globe Limousines organise tous vos transferts privés et professionnels, vos escapades shopping, bien-être ou encore touristiques. Oubliez les tracas de la route et du parking et goûter au plaisir d'un service haut de gamme, discret et sur-mesure.

-/ Planning a relaxing days' shopping with the girls? All aboard at 9.30 a.m. – your personal chauffeur awaits, ready to whisk you wherever you want to go, throughout the day, from your favourite boutiques in Geneva, to a gourmet lunch at your favourite restaurant in Lausanne, another round of purchases, and last but not least, cocktails lakeside in Montreux…

Just one great idea from Globe Limousines, specialists in professional and private chauffered transport, for shopping, spa outings or a good old-fashioned day out. Say goodbye to traffic and parking hassles - just sit back and enjoy their luxurious, discreet, bespoke service.

Globe Limousines - A votre service 365/7/24
depuis 1958. www.globelimousines.ch
info@globelimousines.ch - + 41 22 731 07 50

La mode selon ARELforever
-/ Fashion according to ARELforever

La boutique AREL est un véritable temple de la mode féminine. Chaque femme trouvera son style parmi les nouvelles collections automne-hiver des marques phares de la boutique : LANVIN, JIKI, JENNY PACKHAM, PAULE KA, YVES SALOMON, HOTEL PARTICULIER ou encore MARANI JEANS. Pour finaliser votre look, ARELforever propose également chaussures et accessoires signés LANVIN ou UGG.

Arlette Rutishauser et ses collaboratrices sélectionnent les lignes qui valoriseront féminité et séduction et sont toujours à l'écoute de chaque cliente dans un climat amical et complice.

Chez ARELforever commence le jeu des formes, du miroir et des métamorphoses... ARELforever, un véritable hommage à la Femme où l'intemporel et l'intuition du futur se rejoignent.

-/ AREL is a boutique-temple to feminine fashion, with something for all styles in the new, flagship autumn-winter collections from LANVIN, JIKI, JENNY PACKHAM, PAULE KA, YVES SALOMON, HOTEL PARTICULIER and MARANI JEANS. For that vital finishing touch, ARELforever also offers a range of shoes and accessories, from LANVIN and UGG.

Arlette Rutishauser and her team select the finest collections, with the emphasis on femininity and seduction – as well as offering expert, friendly advice. ARELforever: the place to transform your look – a tribute to timeless yet forward-looking feminine style.

ARELforever – 8, Grand Rue, 1095 LUTRY
+41 21 3237882 - www.arelforever.ch

VHERNIER - Collection Fuseau : de graciles merveilles à vos oreilles
-/ VHERNIER - Fuseau Collection: a touch of grace

Dans la collection Fuseau de la Maison joaillière transalpine Vhernier, la gamme de pendants incarne à la perfection cet esprit de volupté et de sophistication cher à la marque. Des volumes modelés et fuselés donnent vie à des bijoux aux tons féminins : or rose, jade ou encore lapis composent ces pièces d'exception, agrémentées pour certains modèles de diamants. Dans la pure tradition italienne, Vhernier signe ici une collection précieuse et romantique.

-/ Transalpine jeweller Vhernier's Fuseau collection includes a range of pendants capturing the essence of the house's trademark sensuality and sophistication. Jewels in a feminine palette of pink gold, jade and lapis feature dynamic, finely modeled and engraved forms, including some set with diamonds. A luxurious, romantic collection in the finest Italian tradition.

Bijouterie VHERNIER
19, Place de Longemalle, Genève
+41 22 311 21 01 - www.vhernier.com

SAB'S – Susannah Hunter, So scottish !
-/ SAB'S – Susannah Hunter, So Scottish!

Dans une ambiance chic bohème, la boutique Sab's opère une sélection de marques triées sur le volet : Etro, True Religion, Lorenzini mais également Antipast, Cushlow & Cole ou Megan Park. Des enseignes déjà installées côtoient de jeunes créateurs branchés dans les rayons du magasin. Cet hiver, les sacs Susannah Hunter sont à l'honneur dans la boutique. Label notamment adopté par Uma Thurman ou Nicole Kidman, Susannah Hunter décline ses marguerites sur un cabas de toile enduite. Une valeur sûre, disponible en exclusivité chez Sab's !

-/ Sab's boutique boasts a bohemian-chic atmosphere and a hand-picked selection of labels, including Etro, True Religion, Lorenzini, Antipast, Cushlow & Cole and Megan Park. Established brands rank alongside hip new designers, and this winter's accessories include daisy-patterned oiled canvas totes by Susannah Hunter – currently much loved by the likes of Uma Thurman and Nicole Kidman. Available exclusively at the store.

Boutique Sab's – 3, Rue du Purgatoire, Genève
+41 22 310 40 23

JALIVA, jouez avec le feu !
-/ JALIVA: playing with fire !

L'aventure débute en Grèce lorsque Jasmine et Olivia ouvrent une boutique de bijoux de pierres semi-précieuses. Les deux sœurs créent leur marque Jaliva, conjonction des prénoms du duo. Aujourd'hui, une gamme d'accessoires luxueux - les « lighter cases » ou étuis pour briquets - enrichit le catalogue de Jaliva. La collection, qui se décline en 10 modèles, joue l'originalité et le fun. Dans le détail, ces lighter cases sont délicatement parés de gemmes colorées choisies avec grand soin. Pour habiller vos briquets d'un grain de folie !

-/ The adventure begins in Greece, where Jasmine and Olivia opened their first boutique specializing in semi-precious stones. The two sisters combined their names to create the Jaliva jewellery brand. Now, a range of luxury lighter cases joined the Jaliva catalogue: ten models offer a touch of originality and fun, set with delicate coloured gems selected with the utmost care.

www.jaliva.com

Lalique - Une Signature de prestige
-/ Lalique - Signature of style

La collection « Signature » de Lalique revisite certains des plus beaux classiques de la marque en y ajoutant une touche subtile de modernité. Si Lalique est au départ un grand Maître verrier, la Maison s'intéresse au Cristal dès 1945. En époussant des formes Art Déco, le Cristal, incolore ou noir, se pare ici d'émail, de platine ou de porcelaine. La ligne Manhattan offre un vibrant hommage à la beauté architecturale du New York des années folles. Le vase XXL Bacchantes, imaginé en 1927, représente les prêtresses de Bacchus à travers un jeu de lumière opalin. Lalique hier et aujourd'hui…

-/ Lalique's Signature collection revisits a selection of the house's classic creations, with a subtle contemporary touch. Originally dedicated to master glass-making, Lalique discovered lead crystal in 1945. Crafted in Art Deco style, the Cristal collection is transparent or black, with enamel, platinum and porcelain décor. The Manhattan line is a vibrant hymn to the Big Apple's Art Deco architecture, and the outsize Bacchantes vase, designed in 1927, represents the high-priestesses of Bacchus, in a fascinating play of opalescent light. Lalique, for today, and tomorrow…

www.lalique.com

© Delphine Rieder

1,2,3 Concept Stores à Genève !
-/ 1,2,3 Concept Stores in Geneva!

Les Enfants Terribles c'est…
-/ Les Enfants Terribles is…

…un espace de 450 m2, à caractère industriel, divisé en quatre lieux distincts : une boutique de décoration, une sélection de vin, un atelier de création et rénovation de mobiliers, ainsi qu'un comptoir pour boire et se restaurer sous une verdure d'oliviers.
Alliant le neuf, le design, le vintage, la création et le « chiné », Les Enfants Terribles reflète un lieu en perpétuel mouvement pour créer la surprise et éveiller la curiosité. L'espace boutique, récemment agrandi, se compose de nouvelles collections de design scandinave, de lampes industrielles signées Davey Lighting ou encore d'une ligne de savons de La Compagnie de Provence. Le bonus : chaque jeudi, c'est l'apéro-concert à partir de 19h. Du live pour prolonger le plaisir !

-/ …a 450-m2 industrial space divided into four distinct sections: a decoration boutique, a wine store, a creative art and furniture restoration workshop, and a bar serving food and drinks in a leafy setting of olive trees.
Combining new stuff, designer objects, vintage style, creative art and bric-a-brac, Les Enfants Terribles is an ever-changing space, guaranteed to delight and awaken your curiosity.
The recently extended boutique area features new collections of Scandinavian design, industrial lamps by Davey Lighting, and soaps from La Compagnie de Provence. Look out for Thursday-night aperitif concerts, starting at 7 pm: live entertainment for an even more enjoyable mix!

Les Enfants Terribles - 24, rue Prévost martin, Genève
+41 22 321 85 10 - www.les-enfants-terribles.ch

Le Bal des créateurs : entrez dans la danse !
-/ Le Bal des créateurs: shall we dance…?

Dans ce local aux allures d'open-space, Le Bal des créateurs propose un univers décalé où le monde de la beauté rejoint celui de l'art. On circule entre les différentes propositions, on expérimente les services : de la coiffure au make-up, de la galerie d'art à la boutique de jeunes créateurs underground. Vous n'êtes pas pressé ? Choisissez un livre ou un magazine à l'espace librairie et allez vous restaurer au Bar de jour ! Au Bal des créateurs… on peut vite y passer la journée !

-/ The open-space setting showcases an offbeat world of art and beauty, serving a tempting array of goodies and services, from hair styling and makeup to an art gallery, and a boutique featuring work by young underground artist/designers. Time to spare? Pick up a book or magazine from the bookshop and settle down with a drink at the Bar de Jour! You'll be tempted to spend the day…

Le Bal des Créateurs – 25, rue de l'Arquebuse, Genève - +41 22 321 39 11
http://lebaldescreateurs.blogspot.com

Le Coup de Girafe, comme à la maison
-/ Le Coup de Girafe : just like home

Idéal pour un lunch, pour un brunch ou simplement flâner autour d'un thé, le restaurant–brocante Le Coup de Girafe vous propose une savoureuse sélection « home made » de tartines grillées au chèvre chaud et miel ou caviar d'aubergine…
Comme le veut le Concept Store, l'ensemble du mobilier sur lequel vous dégustez vos mets sont à vendre. Canapés, lampes, tables et chaises en bois des années 60-70 font de ce lieu un endroit très intime où chacun se sent comme à la maison !
Ne manquez pas de déguster le chocolat chaud maison, un vrai délice !

-/ Ideal for lunch, brunch or a simple, quiet cup of tea, restaurant and bric-a-brac venue Le Coup de Girafe offers a delicious range of home-made grilled toasties, including melted goat's cheese and honey, or aubergine caviar…
As in the concept store itself, furniture in the tea room is all for sale. The sofas, lamps, tables and wooden Sixties and Seventies chairs make this an intimate space, and a welcoming home-from-home!
Don't miss their fabulous home-made hot chocolate.

Le Coup de Girafe - 18, rue du Maunoir, Eaux-Vives - +41 22 700 96 32 - www.coupdegirafe.ch

HEAD - L'école fait son show
-/ HEAD - it's showtime !

Le Défilé Design Mode de la Haute Ecole d'Art et de Design de Genève a fait sensation lors de sa présentation à la Halle Sécheron, le jeudi 13 octobre. En partenariat avec VISILAB, leader suisse de l'optique, les étudiants de l'école ont présenté leurs créations. Certaines pièces ont été réalisées en collaboration avec un atelier de parures et sous le regard averti de l'artiste britannique Naomi Filmer. Un évènement incontournable où se sont mêlés professionnels de renom – comme Anne-Valérie Hash dans le cadre d'un workshop - et jeunes designers en devenir. Julie Simon est l'heureuse lauréate du prix 2011

-/ Geneva's Haute Ecole d'Art et de Design presented a sensational catwalk show at the Halle Sécheron on October 13, in partnership with VISILAB, Switzerland's leading optical company. Students presented their own designs, including some created as part of a jewellery workshop, under the attentive eye of British Naomi Filmer. An unmissable occasion, bringing together renowned professionals – including Anne-Valérie Hash who led a workshop at the event – and rising young designers.Julie Simon is the winner of the 2011 price.

HEAD – Défilé Design Mode 2011
www.head.hesge.ch

Noëllie Salguero-Hernandez
Oeil de biche - Spectacular Spectacles - Design
Bijou pour VISILAB

Claudio Colucci, le projet Arcadia à Montreux
-/ Claudio Colucci: Montreux's Arcadia project

Designer suisse de renommée internationale, Claudio Colucci a dessiné le concept d'intérieur de la résidence haut standing Arcadia à Montreux. En accentuant les lignes sensuelles et contemporaines, le designer joue le contraste avec une façade historique plus traditionnelle. Claudio Colucci redessine l'identité de la résidence, tout en perpétuant les codes symboliques de la ville, à savoir la musique et le lac. Des formes voluptueuses et minimalistes habillées de bois et de végétaux feront de cette habitation un lieu inédit où bien-être et dynamisme cohabiteront harmonieusement. Ouverture prévue en 2013.

-/ Internationally-renowned Swiss designer Claudio Colucci has created the interior concept for the prestige Arcadia residential development in Montreux. With the emphasis on sensual, contemporary lines, the designer plays on the contrast with the building's more traditional, historic façade.

Claudio Colucci has created a new identity for the building, while at the same time upholding the essence of Montreux's heritage: the city's proud musical tradition, and its proximity to the lake. The building's voluptuous, minimalist forms are finished in wood, with 'green walls' for a highly original effect, and a harmonious blend of well-being and dynamic energy. Opening is scheduled for 2013.

PROJET ARCADIA – www.montreux-arcadia.ch

« Le bien être n'a pas de genre »
-/ 'Well-being is gender-blind !'

La vie est faite de tours et détours. Si comme Laurent S. vous vous ingéniez à amplifier à ne jamais être dans un moule, alors très vite votre vie peut prendre des chemins bien différents de là où l'on vous place. Qui plus est, sans vouloir casser à tout prix les codes, un homme peut aimer prendre soin de lui, la médecine esthétique l'y aide facilement. Tranche de vie -/ Life is full of unexpected twists and turns. And if, like Laurent S., you like to break the mould, things can very quickly take you to new, unimagined places. Because men like to look after themselves, too, and aesthetic medicine can help…

« Besoin d'une parenthèse»

C'est un parcours que l'on qualifiera facilement d'atypique que celui de Laurent, infirmier urgentiste à Toulouse, qui un jour reçoit une proposition d'embauche à l'Hôpital Universitaire de Genève (HUG).

Mais 2 ans de pédiatrie dans le service « Néo Nat » des HUG, auront raison de sa foi « c'était épuisant psychologiquement de voir ces enfants malades partir, une injustice qui ne me permettait plus de garder la distance nécessaire dans ce genre de métier » précise-t-il pudiquement.

Cet homme a de la ressource ; l'expérience de sa maman dans le prêt-à-porter lui donne envie de se lancer dans cette activité « Les choses se sont enchaînées rapidement, entre la recherche du local, les travaux et l'ouverture ». Cinq ans et demi plus tard « L'Arsenal » fashion store pour homme et femme continue de proposer des vêtements «Urban élégant ». Au milieu de sa boutique, même de bon matin, Laurent rayonne, « je suis heureux dans ce que je fais. Mon petit plus ? Le recours aux peelings et la mésothérapie prodigués par le docteur Thierry Dauvillaire ». Rencontrés à Toulouse, dans son premier métier, ils se sont retrouvés à Genève, hasard du destin malin.

« Les soins ; un moment rien que pour moi »

Laurent est de ces hommes raffinés qui font attention à leur look. Sans obsession ni coquetterie, juste pour être bien dans sa peau et dans sa tête. Parce qu'il vit avec son époque et que désormais les hommes peuvent, aussi, prendre soin d'eux et leurs corps.

Bien sûr, lui, n'aura pas été difficile à convaincre sur les bienfaits de la médecine esthétique. Sa formation médicale le rend moins septique « Quand le docteur Dauvillaire m'explique la nature des principes actifs de ses soins, je sais que techniquement cela fonctionne ».

C'est donc sans aucune réticence que deux fois par an Laurent se rend chez celui qui a toute sa confiance « c'est un docteur méticuleux et précis qui n'insiste jamais si je ne veux pas tel ou tel soins proposé. En même temps, il innove toujours ! Dernièrement chez Imaderm, il m'a proposé une combinaison de soins ; peeling, mésolift conclue par un masque hyper hydratant et rafraichissant, magique ! Cela donne un éclat au visage à nul autre pareil ».

Homme dynamique, voyageant souvent ; il mène un rythme soutenu ; alors Laurent s'octroie sa semaine semestrielle de traitements, son havre de paix « par rapport aux centres esthétiques c'est tout aussi relaxant avec l'efficacité thérapeutique en plus. Le temps s'arrête et pendant une heure, dans une ambiance cosy, on ne s'occupe que de moi, je sors en faisant réellement mon âge ! ».

Une Cosmétologie dynamique - Si comme Laurent vous cherchez à avoir un visage resplendissant en toute saison, il existe, chez Imaderm, des traitements non invasifs : les peeling ou la mésolift. Destinés à revitaliser le visage en lui donnant tout son éclat, ces soins ont aussi pour but de stimuler la peau, de gommer les petites imperfections, de traiter les ridules. Une hydratation parfaite du derme superficiel en traitement curatif et préventif pour tous type de peau.

-/ Dynamic cosmetology – If, like Laurent, you're looking for a radiant complexion throughout the year, Imaderm's non-invasive peeling and mesolift treatments could be just the thing. Designed to revitalize your facial complexion, the treatments stimulate the epidermis, erase minor imperfections and treat wrinkles. An optimal moisture treatment for the upper skin layers, and a curative, preventative approach for all skin types.

-/ 'I needed some time out…'

Laurent's atypical career took him from a post as an A&E nurse in Toulouse, to two years in the neo-natal pediatric department of the Hôpital Universitaire de Genève (HUG). 'The job was psychologically exhausting,' he says. 'The deaths of child patients, the feeling of injustice, meant I could no longer maintain the distance necessary for that type of work.' Laurent decided on a complete change of direction, inspired by his mother's experience in the ready-to-wear industry. 'Things moved very fast, from choosing premises, to completing the work, and opening!' Five-and-a-half years later, Laurent's fashion store L'Arsenal offers a range of 'urban elegant' clothing for men and women. He's delighted with the move, radiating energy and enthusiasm at the heart of the store, even first thing in the morning! 'I'm very happy in what I do. How do I keep looking fresh? With a little help from peelings and mesotherapy by Dr Thierry Dauvillaire.' The two originally met in Toulouse, then again in Geneva, completely by chance.

'Well-being treatments offer time out for me alone'

Laurent believes in grooming – nothing too obsessive, just what's needed for great-looking skin, and that essential feel-good factor. As a thoroughly modern male, he knows that men, too, can take care over their appearance. And as a nurse, he didn't need convincing of the benefits of aesthetic medicine. 'When Dr Dauvillaire explained the basics of his treatments, and their active ingredients, I knew they would work.' Twice a year, Laurent pays a visit to Dr Dauvillaire's clinic. 'He's a meticulous, precision doctor, who never insists if I don't want to go ahead with a particular treatment. At the same time, he takes a consistently innovative approach! Most recently, at Imaderm, he's offering a combination of treatments: peeling, and mesolift, followed by a refreshing, rich moisture mask. Sheer magic! The treatment delivers a superb complexion.'

Laurent is a human dynamo, often on the move, with a busy schedule. For him, the twice-yearly 'treatment weeks' are a haven of peace. 'Compared with traditional beauty centres, the treatments are just as relaxing, and highly therapeutic. Time is suspended for an hour, in a cosy, cossetted atmosphere. It's valuable pampering time – I come out looking properly my age!'

Emmanuel Levain, développez votre bien-être
-/ Emmanuel Levain : enhance your well-being

Il aura fallu pas moins de 6 ans à Emmanuel Levain pour peaufiner sa marque de parfums et soins de bien-être. Lancée officiellement l'an passé, la première boutique Emmanuel Levain a vu le jour cet été à Paris rue Marbeuf, dans les quartiers chics de la capitale. Bougies parfumées à la cire naturelle, bougies de massage aux vertus aromacologiques ou encore parfums d'intérieur naturels, Emmanuel Levain offre une gamme complète de produits élégants aux saveurs délicates. Notre coup de cœur, l'eau de parfum pour homme, femme, garçon ou fille, présenté dans son flacon discret et muni de son roll-on (roulement à bille), se transporte facilement dans son sac !

-/ In less than 6 years, Emmanuel Levain has perfected a sophisticated brand of fragrances and well-being treatments. Officially launched last year, the first Emmanuel Levain boutique opened on Paris's Rue Marboeuf, one of the French capital's chicest neighbourhoods. From fragrant candles made with pure beeswax to massage candles noted for their aromacological properties, and a range of natural room scents, Emmanuel Levain offers a complete range of elegant, delicately-perfumed products. Our favourite? The eua de parfum for men, women, boys or girls, in a discreet bottle complete with roll-on, perfect for your (man)bag!

http://emmanuel-levain.com - En vente en Suisse : Lausanne Palace www.lausanne-palace.com - Boutique Théodora, 38 Grand Rue, Genève

TriLipo, une technique garantie
-/ TriLipo: guaranteed effective treatment

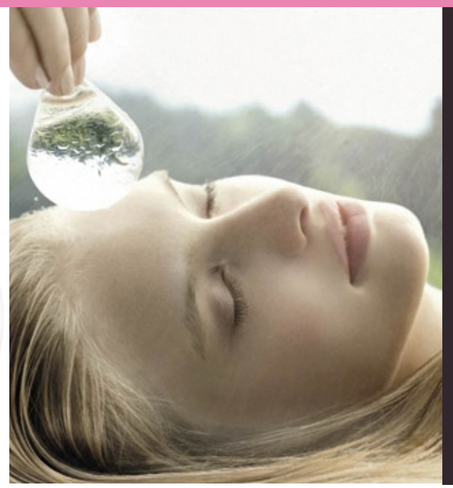
L'appareil Maximus de Pollogen et sa technique Trilipo acquis il y a quelques mois par le Centre laser EstheMedis ont connu le succès attendu.

Sa triple action stimule le derme, les couches adipeuses et musculaires, garantissant une peau plus ferme et élastique. Véritable solution à long terme, la technique Trilipo agit du traitement de la cellulite au relâchement cutané. Adapté à chaque type de peau, ainsi qu'à chaque partie du corps – visage, cou, bras, ventre, cuisses –, cet appareil médical, soumis à des essais cliniques, se révèle être efficace avec effet immédiat et sans danger.

-/ Pollogen's Maximus device, and the Trilipo technique – acquired in recent months by the EstheMedis laser centre – have enjoyed tremendous success, as anticipated.

The triple action stimulates the skin, fat layers and muscle, guaranteeing firmer, more elastic skin. The TriLipo technique is a long-term solution, acting on cellulite and sagging skin. Adapted to all skin types, and all parts of the body – the face, neck, arms, stomach and thighs – the medical apparatus has been clinically tested, and proved highly effective and risk-free.

EstheMedis sarl - Centre Laser, Clinique de Genolier - rte du Muids, 1272 Genolier - +41 22 362 74 88 - www.emedis.ch



VALENTINA by VALENTINO, un parfum au vent de liberté
-/ VALENTINA by VALENTINO : a breath of freedom

La nouvelle fragrance Valentino fait écho à l'univers de la Maison de Couture : éthéré et raffiné. Incarnée par le top model Freja Beha, la femme Valentino est libre, imprévisible et magnétique. Son terrain de jeu ? La Rome opulente et mystérieuse, son architecture magistrale et ses chemins de traverses sinueux et ombragés. Avec comme notes de têtes la suave Bergamote et la puissante Truffe d'Alba, ce parfum au bouquet mi-floral, mi-oriental est contenu dans un flacon épuré et féminin agrémenté de trois fleurs pour trois tons, blanc, ivoire et nude à l'image des créations Valentino.

-/ Valentino's new fragrance echoes the ethereal, sophisticated world of the classic couture house. As embodied by top model Freja Beha, the Valentino woman is free-thinking, unpredictable, magnetic. Her playground of choice? The opulent, mysterious city of Rome, with its majestic architecture and secret, narrow, shady passages. The part-floral, part-Oriental bouquet features smooth bergamot and powerful Alba truffle notes, in an understated, feminine bottle decorated with three flowers in white, ivory and nude: the essence of Valentino.

www.valentino.com

AFTER THE RAIN : le SPA genevois fait peau neuve
-/ AFTER THE RAIN: a fresh look for the Geneva spa

After the Rain, l'un des plus grands spas d'Europe continentale, s'est offert un lifting pour la rentrée. Parmi les aménagements, de lourds travaux ont été entrepris pour une insonorisation optimale : le silence sera d'or pour deux fois plus de plaisir. Les espaces douches ont été également repensés et un lit de vapeur fait son entrée permettant gommage, brumisateur et soin amincissant. Conçu conjointement par un physiothérapeute et la créatrice de soins d'After the rain, un massage thérapeutique vous donnera toute satisfaction si vous ressentez quelques douleurs. Et toujours les fameux bains de chocolat ou de feuille d'or à redécouvrir dans ce nouvel environnement ! Sérénité et plaisir des sens.

-/ After the Rain, one of the biggest spas on mainland Europe, has a fresh new look for the autumn/winter season. New enhancements include major work to install optimal sound-proofing, for golden silence and relaxation. The shower areas have also been redesigned, and the spa now features a steam bed for scrubs, mist and slimming treatments. A new therapeutic massage devised by After the Rain's physiotherapist and treatment designer, provides effective relief from aches and pains. Not forgetting their famous chocolate and gold-leaf baths, to (re)discover in a stunning new setting! Serene calm and sensuous delight guaranteed.

After the Rain – 4, Passage des Lions, Genève
+41 22 819 01 50 – www.aftertherain.ch

Guerlain : Orchidée Impériale Sérum nouvelle génération
-/ Guerlain: Orchidée Impériale Sérum new Generation

La maestria incontestable de la Maison Guerlain, le traitement à base d'orchidée ! Après l'Orchidarium, Guerlain propose un nouveau soin, le Sérum Nouvelle Génération Concentré de Longévité. Les actifs de l'EMOI Nouvelle Génération font des miracles : « les signes cutanés de l'âge s'estompent peu à peu », affirment les spécialistes en dermatologie. Une valeur sûre au packaging « flacon-capsule » innovant.

-/ Guerlain's orchid-extract beauty treatments are the house's uncontested master-stroke. After Orchidarium comes a new product, the Sérum Nouvelle Génération Concentré de Longévité, with miracle-working, new-generation EMOI active ingredients: 'the signs of skin ageing are gradually eased away' explain the house's expert dermatologists. With innovative 'capsule' packaging, too.

www.guerlain.com

Les Rouges Or pour briller en société

-/ Les Rouges Or: sparkle in society

L'or a toujours été une source d'inspiration privilégiée pour la Maison Christian Dior. Décliné à l'infini dans ses collections opulentes, il trouve aujourd'hui sa place dans les cosmétiques de la marque. La collection Rouges Or offre une déclinaison de rouges à lèvres, inspirés des archives de la Maison. Reflets chatoyants, nuancés de corail, de rose nacré et d'écarlate composent cette ligne réalisée par Tyen, directeur de la création du maquillage Dior depuis 30 ans. L'apogée : la série de vernis aux tons lingots qui sublime l'ensemble.

-/ Gold has always been a particular source of inspiration for the House of Dior, present in an infinite variety of ways, in virtually every opulent Dior collection, and now in the house cosmetics. The Rouges Or collection offers a tempting range of lip colours inspired by the Dior archives, from sheer glitter to delicate coral reds, mother-of-pearl pinks, and scarlet. The new range is the creation of Tyen, Dior's creative cosmetics director for the past 30 years. The highlight? A superb array of complementary, ingot-bright nail colours, for the ultimate finishing touch.

www.dior.com

Violet Blonde by Tom Ford : le glamour hollywoodien en flacon

-/ Violet Blonde by Tom Ford: Hollywood glamour in a bottle

Avec Violet Blonde, Tom Ford signe une fragrance raffinée et offre ses lettres de noblesse à la haute parfumerie. Mandarine italienne, poivre rose et feuille de violette en note de tête, cette merveille olfactive a la particularité de contenir de l'absolue iris de Toscane et du rare et précieux beurre d'iris, dont l'utilisation est devenue presque obsolète en parfumerie. Jasmin arabe et bois de Cèdre OrPur™ procurent en finale une sensation profonde à cet élixir. Tom Ford signe un flacon rétro couleur cognac au bouchon estampillé du logo de la marque.

-/ Tom Ford's Violet Blonde is a refined, couture fragrance with head-notes of Italian mandarin orange, pink pepper and violets. The fabulous blend also contains iris absolute and the ultra-rare iris butter, seldom used in the contemporary perfume industry. Arabic jasmine and OrPur™ cedar add a finishing touch of depth to the elixir – all in a retro Tom Ford bottle the colour of fine cognac, complete with a cork stopper branded with the house logo.

www.tomford.com

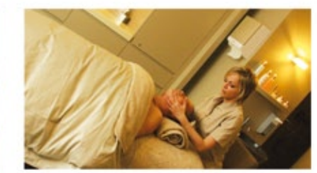
Mineral OIL CONTROL MOISTURIZER de L.RAPHAEL : faites peau neuve

-/ Mineral OIL CONTROL MOISTURIZER by L.RAPHAEL: a (new) second skin

Vous trouvez votre teint fade ? La gamme de soin « Mineral BALANCING POWER » de chez L.RAPHAEL régule le comportement des peaux grasses et mixtes et fera apparaître votre visage sous un nouveau jour. Issu de cette gamme, le Mineral OIL CONTROL MOISTURIZER agit comme par miracle sur votre épiderme en gommant toutes vos petites imperfections. Avec son contrôle du sébum particulièrement efficace, le soin resserre les pores et matifie, prodiguant une peau nette et retexturisée. Une solution efficiente, réparatrice et nourrissante qui hydrate et magnifie votre teint. Pour les femmes… comme pour les hommes !

-/ Dull winter complexion? L. Raphael's Mineral BALANCING POWER treatment controls activity levels in mixed and oily skin, for an all-new look. As a new addition to the range, Mineral OIL CONTROL MOISTURIZER acts on your skin to miraculous effect, erasing minor imperfections. The product's super-effective sebum control closes pores, leaving the skin clean and retextured, with a perfect matt finish. An effective, reparative, nourishing formula, guaranteed to highlight your complexion to superb effect – for men and women!

www.l-raphael.com



Lasers
Vasculaire, pigmentaire, épilation, réjuvénation cutanée
Comblement des rides
Acide hyaluronique
Toxine botulique
Mésothérapie
Réjuvénation cutanée, traitement capillaire et cellulite
Peelings
Dermopigmentation médicale et esthétique
Soins esthétiques visage et corps
Oxygénation, massage corps personnalisé et massage visage anti-âge, drainage lymphatique manuel
Radiofréquence, ultrasons et ondes acoustiques
Amincissement et raffermissement

www.imaderm.ch

imaderm
CENTRE MÉDICAL ESTHÉTIQUE

Route de Florissant, 1
1206 GENEVE
Tél : +41 (0)22 347 40 00
Email : info@imaderm.ch

-/ Dedicated to providing the best possible service for the centre's patients, the Aesthetics team – an angiology unit directed by Dr Christophe Hsu, a dermatology unique directed by Dr Francesco Artale, and a phsyiotherapy, Pilates and massage specialist, Penney Megginson – offer a comprehensive approach to cosmetic issues and treatments for the face and silhouette.

The Clinic

The spacious, spotless, modern premises are equipped with specialist facilities including three laser-treatment rooms, and LED treatment installations (unique in Geneva), for acne, epilation, pigment, photo-rejuvenation, skin and phototherapy.
The Aesthetics centre also carries out surgery in its dedicated operating theatre, with support from the centre's own in-house anaesthetist.

Physiotherapy, Pilates and massage therapies

Peggy Megginson has brought a dynamic range of new treatments to the centre, with group and individual Pilates sessions, and physiotherapy and therapeutic massages as part of post-operative recovery, or complementary slimming programmes (preventing the build-up of fatty deposits and toning muscles for enhanced support).

A
AESTHETICS
Plastic surgery & aesthetic medicine

Aesthetics déménage !
-/ Aesthetics on the move!

Le centre de chirurgie plastique, médecine esthétique et laser Aesthetics, fondé en 2008 par le Docteur Tenorio, a fait peau neuve en emménageant récemment au 18 Chemin Rieu à Champel. Avec l'arrivée de trois nouveaux médecins, le Docteur Tenorio diversifie les traitements et propose une nouvelle approche complète et pointue de la médecine et de la chirurgie esthétique.
-/ Plastic surgery and aesthetic medecine centre Aesthetics – founded in 2008 by Dr Tenorio – has received a stylish makeover, with a recent move to no. 18 Chemin Rieu in Champel. Three new doctors have joined the team, and Dr Tenorio now offers a wider range of treatments as part of a comprehensive, state-of-the-art approach to aesthetic medicine.

Pour répondre au mieux aux demandes de ses patients, l'équipe Aesthetics – composée également d'une unité d'angiologie, une unité de dermatologie ainsi que d'une spécialiste en physiothérapie, pilates et massages thérapeutiques – est capable d'assurer une prise en charge globale des problèmes liés à l'esthétisme du visage et de la silhouette.

La Clinique

Spacieux, stérilisés et modernes, les locaux sont équipés de plusieurs salles spécialisées : trois pièces destinées aux traitements laser avec, fait nouveau à Genève, des traitements LED - traitement de l'acné, épilation laser, traitement pigmentaire, photo rajeunissement cutané, traitements vasculaires - sont réalisés. Le centre Aesthetics effectue également des interventions chirurgicales grâce à son bloc opératoire entièrement stérilisé et assisté d'un anesthésiste. Les traitements plus courants incluent les procédures esthétiques de la poitrine, la micro-liposculture et le rafraichissent du visage.

Physiothérapie, Pilate et massage thérapeutiques

L'arrivée de Penney Megginson apporte une réelle impulsion au cabinet. Elle propose en effet des sessions de pilates (collectives ou privées), de physiothérapie ou de massages thérapeutiques à des fins de récupération post-opératoire ou comme soins complémentaires afin de diminuer les dépôts de graisse ou de tonifier la musculature.

Aesthetics Plastic Surgery & Aesthetic Medicine - Chemin Rieu 18, Genève
+41 22 732 22 23 - www.aesthetics-ge.ch

L.RAPHAEL et le Docteur Gumener, le mariage de la sincérité

-/ L.RAPHAEL and Dr Gumener: a marriage of true minds

15h30, un jeudi rue du Rhône à Genève. L.RAPHAEL a offert à son temple de la beauté une adresse digne de ce nom. Une entrée magistrale aux codes couleurs orangers de la marque accueille le client et dessert sept étages empreints de luxe et de sérénité. Avant de rencontrer le célèbre Docteur Gumener, directeur médical de L.RAPHAEL, détour par une cabine pour tester l'Oxy-peel, le soin phare de l'institut.
Après un nettoyage de la peau, le traitement peut commencer : l'esthéticienne masse toutes les parties du visage à l'aide de son Oxy-Tech II, sorte de stylo soufflant de l'air par jets, procurant une sensation de fraîcheur intense. Cet outil permet un peeling précis et une pénétration du traitement en profondeur. A l'intérieur, une potion magique a été pensée par le responsable de la recherche, le Professeur Shinitzky, allias professeur Tournesol comme le prénomme le Docteur Gumener ! Le mélange, à base d'oxygène et de gouttelettes microscopiques d'eau physiologique, varie en fonction du traitement souhaité : vitamines pour hydrater, truffe blanche pour la dépigmentation... « J'ai accepté de travailler pour L.RAPHAEL car j'ai été sensible à ce mariage parfait entre la science et la technologie. », nous confirmera le Docteur.
Des massages et masques complètent ensuite le traitement… pour notre plus grand bonheur ! Après une heure de soin, on retrouve une peau de bébé, douce et lumineuse, et ce, grâce à un traitement non-invasif ! Spécialiste en chirurgie plastique, reconstructive et esthétique, le Dr Raphael Gumener a rejoint L.RAPHAEL en plus de son cabinet. « L.RAPHAEL est un groupe sérieux qui propose une offre unique : on peut rester 30 minutes comme 5 heures. J'ai aimé le panel des propositions du salon de coiffure-manucure au paramédical jusqu'au médical. De quoi satisfaire pleinement les clientes ! » Pour le Docteur Gumener, la peau est comme un Chesterfield, un cuir qui a besoin d'être entretenu. « Nous vivons dans une société qui vise le bien-être, beaucoup de gens souffrent de certaines variations, à nous de les aider ! » Mais le Docteur Gumener se donne des limites et refuse de temps en temps des demandes ou propose des traitements plus adaptés : « Le mal-être des adolescents est compliqué à gérer. J'essaie en général de leur proposer de retarder l'intervention. » Son rôle au sein de la société est double : médecin esthétique et superviseur de tous les traitements médicaux et paramédicaux de L.RAPHAEL. « La chirurgie s'occupe de l'architecture, ici on s'occupe plus de la texture et de l'harmonie. J'ai apprécié par exemple l'offre de maquillage permanent. Loin des artifices, les lèvres retrouvent une couleur éclatante alors que les cils récupèrent leur densité ! » Contrairement aux idées reçues, les hommes sont de plus en plus nombreux à fréquenter les instituts. « Tous les hommes aimeraient mais peu osent encore. L.RAPHAEL compte presque 30% de population masculine. Ils aiment aussi qu'on s'occupe d'eux ! »

-/ 3.30 p.m. on a Thursday afternoon, on Geneva's Rue du Rhône: L.RAPHAEL's Temple of Beauty has an address worthy of the title, with a stunning entrance in the house's orange livery, leading to seven floors of quiet luxury.
Ahead of our meeting with L. Raphael medical institute's celebrated director, Dr Gumener, we stop by a treatment cabin to test out the clinic's flagship Oxy-peel treatment. After deep cleansing, the treatment begins: a beautician massages all areas of the face using the Oxy-Tech II, a precision air-jet stylus delivering a sensation of intense cold. The tool allows for precision peeling, and deep-down penetration of the treatment's 'magic potion', developed by the clinic's research director Professor Shinitzky. The formula, with a base of oxygen and microscopic droplets of physiological serum, varies depending on the treatment required: vitamins for skin hydration, white truffle for depigmentation… 'I agreed to work for L. Raphael because I was conscious of their commitment to the perfect marriage of science and technology', explains the Doctor. Massages and face masks complete the treatment, for a wonderful sense of well-being. After an hour-long, non-invasive treatment, your skin feels baby-smooth, soft and radiant.
Dr Raphael Gumener is a cosmetic surgery specialist dividing his time between the L. Raphael medical institute, and his own practice. 'L.RAPHAEL are a thoroughly professional group with the highest standards, and a unique range of treatments lasting anything from 30 minutes to five hours. I was attracted by the range of services on offer, from hair and nail treatments to paramedical and medical interventions – for completely satisfied clients!' Our skin, says Dr Gumener, is like a leather sofa – it needs maintenance! 'We live in a society dedicated to well-being,' he says. 'But many people suffer from the fact that their looks vary from accepted norms. We can help them!' Dr Gumener imposes limits on what the clinic will do, however, and occasionally refuses requests, or suggests more appropriate treatments. 'Adolescents who are unhappy about their looks can be difficult to manage,' he says. 'I always try to persuade them to wait a while before undergoing treatment.'
Dr Gumener plays a double role within the organisation, as a cosmetic doctor, and supervisor of all the medical and paramedical treatments offered by L.RAPHAEL. 'Surgery deals with the body's "architecture", whereas we focus more on texture and harmony. I especially like our 'permanent makeup' range – we can give lips a rich, natural colour, and enhance eyelashes to stunning effect.' Contrary to received wisdom, more and more men are attending L. Raphael institutes. 'Many men would like to do something, but don't dare. L. Raphael's clients are 30 per cent male: they enjoy pampering too!'

Le Temple de la Beauté L.RAPHAEL - 15, rue du Rhône, Genève
+41 22 319 28 28 - www.l-raphael.com

Un regard sans lunettes,
c'est toute la différence…

Chirurgie de la myopie-astigmatisme-hypermétropie
nouveau traitement de la presbytie

L A S E R
CENTRE DE CHIRURGIE DE L'OEIL
VISION

www.visionlaser.ch - 022 860 8060

GARANTIE QUALITÉ

par Michèle Bontemps

EN AUTOMNE, DÉTOX ET VITALITÉ

-/ DETOX FOR AUTUMN ENERGY!

La cure Detox-Vitalité d'Automne est anti-âge et anti-fatigue pour déstresser et mieux résister aux maladies… tout en nous assurant la ligne !
Parce qu'aucun soin de beauté, aucun traitement de santé, aucune défense naturelle ne sera efficace si notre corps est pollué, tout commence par une Cure Détox. Les stars l'ont compris, suivons leur exemple…
-/ Detox-Vitalité d'Automne is an anti-age, anti-fatigue treatment designed for maximum de-stressing and enhanced resistance to infection – plus a slimmer silhouette!
Beauty treatments, health cures, and the body's natural defences are useless if your system is polluted with toxins. The way to great health and beauty begins with a de-tox cure, as every star knows… So why not follow their example?

LE DRAINAGE, UN ACTE THERAPEUTIQUE A PART ENTIERE
C'est un homéopathe suisse, le Dr Nebel, qui a inventé le mot et défini la notion de drainage des émonctoires.
Il s'agit de stimuler et nettoyer les organes d'élimination : l'intestin et le côlon, le système rénal et urinaire, le foie et la vésicule biliaire.
Les médecins phytothérapeutes considèrent le drainage comme un acte indispensable chez les malades qu'il ramène au meilleur état acceptable, autant que chez les bien-portants dont il va soutenir et renouveler l'équilibre.

LE JUS D'HERBE DE BLE
Le jus d'herbe de blé connaît une popularité grandissante auprès des naturopathes et des nombreux partisans d'un mode de vie sain pour retrouver la santé et vaincre la maladie. L'herbe de blé est l'un des aliments les plus complets disponibles dans la nature : 1 once de jus (30 cl) a la même valeur nutritive que 1.134 kg de légumes verts frais.
Les principaux bienfaits du jus d'herbe de blé s'expliquent par le fait que c'est une nourriture vivante, une protéine complète qui inclut 30 enzymes différentes et environ 70% de chlorophylle crue. Elle est considérée comme une nourriture pré-digérée : ses acides aminés et glucose sont prêts à être assimilés.
Son efficacité résulte de la synergie entre ses composants qui agissent par désintoxication et régénération :
C'est un concentré d'actifs vitaux, qui lui confèrent sur l'organisme une action alcalinisante alors que notre alimentation moderne tend vers l'acidité :
• Forte teneur en vitamines A, B, C, E, K (source la plus élevée)
• Contient 92 des 116 minéraux et oligo-éléments connus : excellente source de fer, de phosphore, de potassium, de sodium et de zinc et notamment de magnésium (action sur fatigue et dépression)
• Riche en enzymes digestives permettant l'assimilation des nutriments
C'est une source de protéines sous forme simple qui ne requièrent pas d'enzymes : 18 acides aminés dont les 8 essentiels.

LE JUS PRECIEUX VITALITE CONTIENT 2 JUS DE FRUITS !
Herbe de blé, Goji, Kiwi et Quartz fumé en dilution homéopathique dynamisée du cristal, une façon innovante de faire le plein d'énergie : c'est la formule du Jus Précieux Vitalité

L'Herbe de Blé est obtenue à partir de grains de blé dur germés puis mis en terre. Les jeunes pousses obtenues sont pressées. Le jus recueilli est un cocktail naturel de chlorophylle et de nutriments au potentiel santé étonnant. **Petit fruit ressemblant à une cerise allongée, le Goji** est utilisé par une peuplade du Tibet à la surprenante longévité : ils vivent sans souci jusqu'à 120 ans ! Cette petite baie rouge de l'Himalaya défraye la chronique : appelé le « superfruit », le goji serait le fruit le plus nutritif au monde.

-/ DRAINAGE: A COMPREHENSIVE THERAPY
Swiss homeopath Dr Nebel invented the term, and perfected the concept of drainage of the body's emunctory systems. Essential organs controlling the elimination of waste from the body are stimulated and cleansed: the intestine and colon, the renal and urinary systems, the gall bladder. Medical phytotherapists see drainage as an essential discipline for treatment of the sick and well alike – helping to restore full health or maintain an optimal, balanced metabolism.

WHEATGRASS JUICE
Wheatgrass juice is increasingly popular with naturopaths and healthy living enthusiasts all over the world, as a great way to restore health and combat disease.
Wheatgrass is one of nature's most complete sources of nutrition: one ounce of juice (300ml) delivers the same nutritional value as 1.134 kg of fresh green vegetables.
Wheatgrass juice's main benefits lie in the fact that it's a living food, a complete protein incorporating 30 different enzymes and around 70 per cent raw chlorophyll. The body treats it as a pre-digested food: the amino acids and glucose it contains are ready to be directly assimilated.
Wheatgrass's effectiveness is due to the synergies of its key ingredients, acting to detox and regenerate the system:
Concentrated active vital ingredients ensure an alkalising effect on the organism, unlike modern diets which tend to promote acidity.
• High vitamin A, B, C, E and K content (the richest known source)
• Contains 92 of the 116 minerals and trace elements known to man: an excellent source of iron, phosphorous, potassium, sodium, zinc and (especially) magnesium, noted for its impact on fatigue and depression.
• Rich in digestive enzymes promoting the easy assimilation of nutrients
A source of proteins in simple form, needing no enzymes to assimilate them, and containing 18 amino acids, including 8 essential amino acids.

JUS PRECIEUX VITALITE: WITH TWO DELICIOUS FRUIT JUICES!
Wheatgrass, kiwi and a dynamised homeopathic dilution of smoky quartz are the key to an innovative formula delivering a concentrated dose of energy.

Wheatgrass is grown from wheat grains that are germinated then planted. The young grassy shoots are pressed to obtain a natural cocktail of chlorophyll and nutrients with remarkable health-giving properties.
Goji is a small fruit resembling an elongated cherry used by a tribe in Tibet noted for their longevity – many members live to the age of 120! The small Himalayan berry is celebrated as a 'superfruit', reputedly the world's most nutritional fruit.
Goji fruits contains 21 trace elements, 18 amino acids, and B vitamins essential for the health of living tissues.

Il rassemble 21 oligo-éléments, 18 acides aminés, et les vitamines B si précieuses à nos tissus vivants. *Le goji* est en fait le plus puissant anti-radicalaire végétal : avec plus de caroténoïdes que dans une carotte, 600 fois plus de vitamine C – antioxydante – que dans une orange ! Il est aussi et surtout un extraordinaire stimulant immunitaire, par l'activité synergique de 4 polysaccharides uniques au monde : les « molécules maîtresses » qui contrôlent les plus importants systèmes de défense du corps.

Le Kiwi, fruit classé dans la Chine Ancienne parmi les aliments de vie, fut appelé « Yang Tao » : la Pêche du Yang, c'est-à-dire de l'énergie.
La culture du kiwi fut d'abord développée en Nouvelle Zélande : le nom de Kiwi vient du nom maori de l'oiseau emblème du pays. C'est vers 1960 que le kiwi commence à être cultivé dans toute l'Europe.
Comme l'oiseau du même nom, le kiwi possède un corps brun de forme ovoïde. De la famille des groseilles (on l'appelle aussi groseille de Chine), **il est réputé pour son extrême richesse en vitamine C : un kiwi en contient autant que 10 citrons !** Un seul kiwi suffit à couvrir nos besoins quotidiens en vitamine C !
Après la tradition millénaire de la lithothérapie – la thérapie par les cristaux -, la science moderne a découvert que les cristaux vibrent à différentes fréquences et sont capables de capter différentes formes d'énergie qu'ils transforment, amplifient et transmettent.
Depuis, la science utilise la capacité énergétique des cristaux et en découvre chaque jour de nouveaux usages.
Dans le concept de la médecine chinoise, la pierre précieuse émet à la fois une énergie Yang (la lumière) et une énergie Yin (la terre). C'est la matière équilibrante parfaite. Loin d'être inanimé, le cristal concentre une énergie extraordinaire et diversifiée en fonction de sa structure et de sa couleur.
Chaque être humain peut s'en servir pour rééquilibrer, réharmoniser et revitaliser son être tout entier, en fonction des fréquences vibratoires propres à chaque gemme.
Pour capter les propriétés d'une pierre :
On peut la réduire en une poudre très fine qui sera ingérée ou appliquée sur la peau.
On peut en faire une dilution homéopathique dynamisée.
Les dilutions homéopathiques dynamisées de cristaux permettent de s'imprégner de l'énergie vibratoire de chaque cristal avec en plus tous les bienfaits des traces de ses oligo-éléments et minéraux.
Comme c'est le cas de la dilution homéopathique dynamisée de quartz fumé dans le Jus Précieux Vitalité !
Le Quartz fumé est une pierre de protection, qui repousse les énergies négatives. C'est sa dilution qui renforce votre système de défenses quand vous buvez le Jus Précieux Vitalité. Vous vous sentez plus léger, plus tonique et en même temps plus détendu… c'est tout l'effet Détox ! Si vous suivez votre Cure pendant un mois, vous vous sentirez plus léger, plus tonique et en même temps plus détendu… c'est tout l'effet Détox-Vitalité que vous attendez !

Une information complémentaire ? Appelez le 00 800 42 82 42 82 ou rejoignez-moi sur mon blog www.vivelesfemmes.com

Goji is the richest known source of plant-based anti-free radicals, with more carotene than the average carrot, and 600 times more vitamin C (a valuable anti-oxydant) than a single orange! It's a remarkable stimulant to the immune system, too, drawing on the synergies of 4 saccharides found nowhere else on Earth: the 'master molecules' that control the body's most important defense systems.

Kiwi fruits are classed in ancient Chinese medecine as vital 'foods for life', known as 'Yang Tao' ('Yang peaches', or 'energy peaches').
The kiwi was first cultivated in New Zealand, and its name comes from a Maori word describing the country's emblematic native flightless bird. Kiwis have been cultivated throughout Europe since 1960. Like the bird of the same name, the kiwi has a brown, oval-shaped body. A member of the gooseberry family (also known as a Chinese gooseberry), **it is noted for its high vitamin C content. One kiwi contains as much vitamin C as ten lemons!** A single kiwi covers the body's daily recommended intake of vitamin C.
Drawing on the ancient tradition of lithotherapy or crystal therapy, modern science has discovered that crystals vibrate at different frequencies, and are capable of capturing, transforming, amplifying and transmitting different forms of energy. Now, science exploits the energy-giving powers of crystals, discovering new uses for them on an almost daily basis. According to Chinese medicine, crystals emit both yang energy (light) and ying energy (the earth). They are perfectly balanced. Crystals are not inanimate: they represent extaordinary levels of concentrated and diversified energy, depending on their structure and colour. We can all benefit from crystals, to rebalance, reharmonise and revitalise our being, drawing on the vibrations and frequencies of different gems:
To capture the properties of a particular stone:
It can be ground to a fine powder and ingested or applied to the skin
It can be used to make a dynamised homeopathic dilution
Dynamised homeopathic dilutions of crystals allow us to absorb the vibratory energies of crystals, together with all the benefits of their trace elements and minerals – Jus Précieux Vitalité's dynamised homeopathic dilution of smoky quartz is one example!
Smoky quartz is a protective stone, repulsing negative energy. When drunk in Jus Précieux Vitalité, its dilute form reinforces our defensive system, leaving us feeling lighter, toned, more relaxed – the essential detox effect! Follow the cure for one month to feel the full Détox-Vitalité effect – lighter, toned, and more relaxed!

For further information, call 00 800 42 82 42 82 or visit my blog: www.vivelesfemmes.com

Infos : 00 800 42 82 42 82 N° Vert gratuit ou rejoignez-moi sur mon blog : www.vivelesfemmes.com

Réchauffez vos papilles à la Belotte

-/ Winter warmers at La Belotte

Le restaurant La Belotte, institution Genevoise, sera ouvert cet hiver et vous présente une carte de saison. Des plats typiques du terroir (Foie Gras de canard du Sud-Ouest maison, Saumon mariné comme des harengs, Bœuf Bourguignon, Blanquette de veau,...) seront servis dans un cadre et une ambiance chaleureux qui sauront vous séduire. Une carte de spécialités de fromages (fondue moitié-moitié, tartiflette, ...) vous est également proposée. La Belotte vous offre la plus belle vue de Genève sur le Lac Léman et un espace Lounge cheminée au 1er étage du restaurant. Possibilité de privatisation de tout ou partie du restaurant et parking privé à disposition.

-/ Geneva institution La Belotte stays open this winter with a superb seasonal menu featuring typical terroir dishes (duck foie gras from south-west France, salmon gravadlax, beef Bourgignon, veal blanquette…), all served in a warm, friendly setting and atmosphere. Winter fuel is the theme for their specialist menu of cheese dishes, too: fondues, tartiflette and more. La Belotte offers stunning views over Geneva and the lake, with a relaxing lounge space and open fire on the first floor. Part or all of the restaurant can be hired for private parties, and there's a private car park on site.

La Belotte – 11, chemin des Pêcheurs, 1222 Vésenaz
+41 22 752 08 91

Le Chat-Botté n'a qu'une morale : l'excellence

-/ Le Chat-Botté : one rule - excellence

Elu « Chef de l'Avenir 2005 » par l'Académie internationale de la gastronomie, nommé Cuisinier de l'Année 2009 et noté 18 sur 20 au GaultMillau, Dominique Gauthier, le Chef cuisinier du Chat-Botté au Beau-Rivage, accumule les récompenses : il vient de recevoir une étoile au célèbre guide Michelin. Cette table, considérée comme l'une des plus belles de la Ville, offre une cuisine qui magnifie les produits du terroir avec raffinement et créativité.

En réservant la « Chef's Table », le Chat-Botté vous offre le privilège de manger au centre des vastes cuisines du Beau-Rivage : une vue unique sur les coulisses, une façon originale de découvrir l'art culinaire du Chef et de sa brigade !

22 ans après avoir investi les cuisines du Beau-Rivage, Dominique Gauthier a l'étoffe des plus grands !

-/ Dominique Gauthier, chef of the Chat Botté at Geneva's Beau-Rivage palace hotel, was named 'Chef of the Future 2005' by the International Academy of Gastronomy, and awarded a coveted 18 out of 20 by GaultMillau. The plaudits continue, and now Gauthier has been awarded a Michelin star. Widely hailed as one of Geneva's finest restaurants, the Chat Botté serves sophisticated, creative cuisine designed to showcase the very finest produce.

A booking at the 'Chef's Table' gives a privileged glimpse behind the scenes at the Chat Botté's vast kitchens, and a chance to enjoy the spectacle of Gauthier and his brigade at work.

Twenty-two years after he first took over at the Beau-Rivage, Dominique Gauthier is a force to be reckoned with.

HÔTEL BEAU RIVAGE, Restaurant Le Chat-Botté – 13, Quai du Mont Blanc, Genève - +41 22 716 66 66 - www.beau-rivage.ch

Colin Scott et Gianfranco Ristchel de la Fondation de la Haute Horlogerie à l'événement Luxury of Time au Restaurant du Parc des Eaux-Vives à Genève en novembre 2010

Carlos Leal au Gentlemen's Quarter Chivas du Festival de Cannes 2011

Claudio Colucci présentant sa création : la Squeeze Chivas Regal

Chivas **Regal** : la marque iconique des gentlemen

-/ Chivas Regal: the iconic gentleman's whisky

Née à l'aube du XXème siècle avec la création d'un assemblage de qualité, d'une douceur et d'une constance remarquables, la maison Chivas Regal connut un succès immédiat aux Etats-Unis, y acquit ses premiers adeptes internationaux et rencontra une phénoménale réussite commerciale. La marque écossaise renforça définitivement son statut d'icône dans les années cinquante lorsque Chivas Regal 12 Year Old, un nouveau classique du luxe, fut introduit sur le marché. Après la création d'un nouveau blend prestigieux en 1997, le Chivas Regal 18 Year Old, la marque a opéré un retour aux sources de son succès dix ans plus tard et célébré le retour très attendu du Chivas Regal 25 Year Old à New York en 2007, lors d'une fête somptueuse. Conçu par Colin Scott, Maître assembleur pour Chivas Brothers depuis plus de 30 ans, ce blend rare reproduit l'exubérance et le glamour de l'époque à laquelle Chivas Regal rencontra son premier succès international.

Les whiskies Chivas Regal ont été maintes fois primés et la dernière distinction en date est l'une des plus prestigieuses. La maison Chivas Brothers a en effet reçu le titre de Distillateur de l'Année lors du International Spirits Challenge qui s'est tenu à Londres le 10 octobre dernier. Cette distinction très convoitée récompense la constance et l'excellence d'une gamme de whiskies. De ce patrimoine provient le statut unique de ce blend légendaire : le whisky des gentlemen… Depuis plusieurs années, la célèbre marque écossaise s'associe d'ailleurs à des hommes exceptionnels. Les créations d'Alexander McQueen et de Christian Lacroix habillant la fameuse bouteille ont marqué les esprits, comme la réalisation du designer suisse Claudio Colucci. Carlos Leal fait également partie des proches de la Maison et fût l'invité de marque du Chivas Studio lors du dernier festival de Cannes, en incarnation du véritable gentleman et des idéaux masculins de substance, de classe et de sophistication.

-/ Born at the dawn of the 20th century, with the creation of a quality blend offering an exceptional soft taste and remarkable, consistent quality, chivas regal was an instant hit in the United states, quickly attracting aficionados around the world and enjoying phenomenal commercial success. The Scottish brand reinforced its iconic status in the 1950s with the launch of 12 Years Old, a new luxury classic. A new prestige blend followe,d, and in 1997, chivas launched the Chivas Regal 18 Years Old, taking the brand back to the original roots of its success. New york was the venue for celebrations marking the return of the Chivas Regal 25 Year Old in 2007, with a sensational party. Created by chivas brothers' master blender colin scott (an expert with a 30-year career at the house), the exceptional blend embodies all the glamour and exuberance of chivas's original heyday. Chivas regal whiskies have won numerous awards – most recently the highly prestigious 'distiller of the year' award, presented at the International Spirits Challenge in London on 10 october. The coveted award recognizes consistent quality and excellence across the full range of whiskies produced by a single distiller.

Chivas regal's heritage confers a unique status on the legendary blend: the 'gentlemen's whisky'… for several years, the celebrated scots brand has associated itself with a select group of truly exceptional men: designs by alexander Mcqueen, Christian lacroix and swiss designer Claudio colucci have graced the famous bottle. Carlos leal is another friend of the house, invited to represent the chivas studio label at the latest cannes film festival, as the embodiment of a gentleman of substance, class and sophistication.

Bouteille Chivas Regal by Alexander McQueen 18 Years Old

Bouteille Chivas Regal by Christian Lacroix 18 Years Old

L'Aiguière Grand Siècle

L'Art de Recevoir à la Française... selon Laurent-Perrier

Produire de grands champagnes est ce que Laurent-Perrier fait de mieux. Combinez cela avec une touche de savoir-faire au moment d'organiser votre dîner, et le résultat est une expérience épicurienne inégalable.

Laurent-Perrier présente l'Aiguière Grand Siècle, qui apporte une dimension nouvelle au service du champagne.

Disponible en édition limitée, l'Aiguière Grand Siècle est un objet raffiné, façonné à la main par les maîtres-orfèvres de la Loire. Elle est un hommage que la Maison Laurent-Perrier rend à l'artisanat de l'Art de Vivre.

A la beauté de cette pièce d'orfèvrerie singulière, créée spécialement pour Laurent-Perrier, s'ajoute le respect des contraintes œnologiques liées au service des meilleurs vins – et des grands champagnes. En effet, la température idéale de service de Grand Siècle – autour de 10°C - est préservée grâce à un bloc rafraîchissant amovible (en étain lui-aussi et à placer une heure auparavant au congélateur) qui épouse parfaitement les formes du flacon et de l'Aiguière. Car l'étain, quatrième métal le plus précieux au monde, conserve le froid. L'Aiguière Grand Siècle maintient sûrement la bouteille fraîche pendant toute la durée de la dégustation.

L'Aiguière Grand Siècle est le cadeau parfait pour les fêtes de fin d'année. Elle est présentée dans un coffret en bois avec une bouteille 75cl de Grand Siècle.
Disponible chez les cavistes au prix de 400 CH

www.laurentperrier.com

-/ The Grand Siècle Cradle
The Art of Entertaining....by Laurent-Perrier

-/ Producing fine champagnes with is what Laurent-Perrier does best. Combine this with a touch of French savoir faire when hosting your dinner, and the result is the ultimate epicurean experience.

Laurent-Perrier presents the limited edition Grand Siècle Champagne Cradle, bringing a new dimension to serving champagne.

The Grand Siècle Champagne Cradle is an elegant, dual-purpose champagne pourer, which is made especially to hold the distinctive Grand Siècle bottle. Delicately handcrafted by Loire Valley pewtersmiths, this decorative yet practical design features a detachable cooling mat, which is discreetly placed at the base of the cradle. Ingeniously crafted to ensure that the wine is chilled to perfection, (at 10C) this clever device creates an exceptional Grand Siècle tasting experience, throughout the duration of the meal. Simply remove the cooling mat from the base of the cradle and refrigerate for an hour before replacing for service.

The Laurent-Perrier Grand Siècle Cradle is the perfect gift for this end of the year and is presented in a bespoke wooden gift box. This includes a 75cl bottle of Grand Siècle by Laurent-Perrier. It is available for retail from 400 CHF

Little Buddha Geneva, déjeunez en Asie !
-/ LITTLE BUDDHA GENEVA: dine out in Asia!

Ouvert en novembre 2010 par les créateurs du fameux Buddha-Bar Paris, le restaurant, sushi-bar & lounge le « Little Buddha », est la nouvelle adresse genevoise à la mode. Subtilement décoré dans un thème asiatique, le lieu, aux teintes rouge et or, est ponctué de Bouddhas grandeur nature. Mix raffiné entre « french touch » gastronomique et saveurs orientales, la cuisine du « Little Buddha » propose notamment des formules originales, le « Bento du jour », le « Bento Gourmet », tout droit venus du Pays du Soleil Levant. Présenté dans des « Bento Box » en bois noble, le menu comprend une entrée, un plat principal d'inspiration nippone, chinoise ou thaïlandaise ainsi qu'une miso soupe pour le « Bento Gourmet ». Une « eatmosphère » propice aux déjeuners d'affaires ou aux afterworks, au son des mythiques compilations lounge « Buddha-Bar ».

-/ Opened in November 2010 by the creators of the celebrated Buddha Bar in Paris, Little Buddha is a hip new address in Geneva, combining a restaurant, sushi bar and lounge. The subtle décor establishes the Asian theme, in shades of red and gold, dotted with life-sized figures of the man himself. The food is a sophisticated blend of French and Oriental, with original formulas like the Bento du jour, or the Bento Gourmet, straight from the Land of the Rising Sun. Beautifully presented in a hardwood Bento Box, the menu includes a starter, a Japanese-, Thai or Chinese-inspired main dish, and a miso soup (for the Bento Gourmet). The perfect 'eatmosphere' for business lunches and afterwork get-togethers, to the soundtrack of the Buddha Bar's legendary compilations.

Little Buddha Geneva – 10, rue Jean-François Bartholoni, Genève
+ 41 22 307 10 01 - www.littlebuddhageneva.com

Roberto, comme toujours
-/ ROBERTO: forever

Depuis de nombreuses années, Roberto est l'adresse incontournable de Genève. L'espace, élégamment décoré de tons bleu ciel et de boiseries foncées, est orné de motifs romains dégageant une ambiance raffinée et authentique. On y cultive le bon goût et un savoir-faire avec une cuisine italienne gourmande et sophistiquée. Des spécialités transalpines comme le Risotto al Gorgonzola, la fameuse escalope milanaise ou encore une sélection de pâtes fraîches composent la carte de Roberto. L'un des meilleurs restaurant italien de Genève.

-/ Roberto has been an essential Geneva address for years. The elegant space, in shades of sky blue with dark woodwork, is decorated with Roman motifs for a sophisticated, authentic atmosphere. The menu offers all the flavour and expertise of Italian fine cuisine, with specialities from across the Alps including Risotto al Gorgonzola, their celebrated escalope alla Milanese, and a selection of fresh pasta dishes. One of Geneva's finest Italian restaurants.

Restaurant Roberto – 10, rue Pierre Fatio, Genève - +41 22 311 80 33

L'Alhambar, une ambiance décalée
-/L'ALHAMBAR : off-beat atmosphere

Sans conteste, l'une des figures de proue de la vie nocturne genevoise.
L'Alhambar et son cadre unique et atypique se prête volontiers aux soirées entre amis ou aux brunchs du dimanche matin. Plus qu'un parti-pris artistique et culinaire, cet espace bénéficie d'une atmosphère et d'un décor haut en couleur : deux éléments qui font de ce café-restaurant, un lieu décalé et animé. Le soir, un Dj anime régulièrement l'Alhambar lui conférant caractère et excentricité.

-/ The Alhambar is one of the unchallenged flagships of the Geneva night, with a unique, atypical setting, perfect for evenings with friends, or a relaxing Sunday brunch.
The atmosphere and décor make for a lively, off-beat café-restaurant during the day.
After dark, regular DJ slots have established the Alhambar as a characterful, eccentric venue.

L'Alhambar – 10, rue de la Rôtisserie, Genève - +41 22 312 13 13
www.alhambar.com

Au Vieux Navire la chasse est ouverte !
-/Au Vieux Navire: open season !

Restaurant référencé par les guides culinaires les plus réputés - Gault&Millau et Guide Michelin -, Au Vieux Navire présente ses mets de saison aux tonalités jazzy et cosy…
Le capitaine et l'équipage du Vieux Navire mettent un point d'honneur à respecter les rituels d'un certain art culinaire : la selle de Chevreuil sauce Grand Veneur et son accompagnement chasse sera découpée à votre table ; le fameux tartare de Cerf servi avec frites ou spätzlis maison sera lui coupé au couteau ou la valeur sûre de la maison, la terrine de foie gras de canard.
Côté mer, le Chef Florent Pocris propose un Homard entier, décortiqué et grillé à la pierre de lave… l'un des plats phare du restaurant depuis près de dix ans !
Grâce à ses pêcheurs, Manu Torrent et François Bolomey, le restaurant vous fait goûter les spécialités du Léman comme l'omble chevalier, le filet de Féra ou le brochet.
Dans les verres, le Vieux Navire soutient les artisans vignerons-encaveurs locaux et propose également une cave du terroir… avec quelques Grands Crus bordelais : Château Margaux, Mouton de Rotschild, Haut-Brion, Cheval Blanc et le plus grand des grands le Château Petrus viendront enchanter ce moment de convivialité. La cave du Vieux Navire renferme de vrais vins de caractère !

-/ With listings in the top culinary guides - Gault&Millau and Guide Michelin - Au Vieux Navire offers seasonal specialities in a cosy, jazz-club atmosphere.
The captain and crew at the Vieux Navire believe in standing on ceremony: their roast saddle of venison with a rich Grand Veneur sauce and all the trimmings is carved at your table, and the famous venison tartare served with fries or home-made spätzlis is similarly prepared on-the-spot. The house terrine of duck foie gras is an institution in its own right.
From turf to surf, and and chef Florent Pocris's signature dish of whole lobster, portioned and grilled on hot lava: one of the restaurant's flagship specialities for over a decade !
Au Vieux Navire even has its own team of fishermen - Manu Torrent and François Bolomey supply the freshest possible fish, straight from the lake, including char, Féra fillets, and pike.
Wines are locally sourced, too, with the emphasis on local vineyards and wineries, and fine, characterful crus from further afield: Château Margaux, Mouton de Rotschild, Haut-Brion, Cheval Blanc, even Château Petrus.

Terminez sur une note sucrée !

Voyagez dans le temps et dégustez la spécialité de la Maison, le dessert d'Edouard VII d'Angleterre, autrement dit, les authentiques crêpes Suzette, flambées et préparées à votre table.
Au Vieux Navire, l'occasion de goûter une cuisine raffinée : des produits de qualité soigneusement sélectionnés par le Chef lui-même qui raviront vos papilles automnales.

Sweet sensations…

The house's signature dessert is a trip back in time to the era of Edward VII: crêpes Suzette, flambéed and prepared at your table, *bien sûr!*
Au Vieux Navire offers sophisticated cuisine based on the finest seasonal produce, selected by chef Florent Pocris – a true celebration of the essence of autumn!

Café-Restaurant Au Vieux Navire – rue du Village, 1164 Buchillon - +41 21 807 39 63 - www.auvieuxnavire.ch

Le Relais de l'Entrecôte, une histoire de famille devenue une institution

-/ Le Relais de l'Entrecôte: a family business that became an institution

Paul Gineste de Saurs crée la formule de l'Entrecôte en 1959 à la Porte Maillot à Paris. Le succès est immédiat, la descendance (ses deux filles et son fils) développe alors, chacun de son côté, des « Relais de l'Entrecôte » à Paris comme dans d'autres villes de France ou du monde. Ici, seuls les boissons et desserts sont à choisir, le reste – salade et Entrecôte frites - est servi et resservi d'office. « La formule n'a jamais changé depuis le premier jour et cela va continuer ainsi. » Mais ce qui fait avant tout le succès de ces restaurants, c'est évidemment la sauce dont la recette est top secret : foie de volaille ? Thym frais ? Anchois ? Marmite élaborée secrètement au sein de la famille près de Toulouse ou importée de Suisse ? Chacun y va de sa petite histoire. L'important reste le plaisir qu'on éprouve à y retourner… sans oublier la dégustation des Profiteroles pour finir en beauté !
Le Relais de l'Entrecôte demeurera pour l'instant rue du Rhône… Ouf !

-/ Paul Gineste de Saurs cooked up the Entrecôte formula back in 1959, at Paris's Porte Maillot. The idea was an immediate success, and Paul's descendants (his son and two daughters) have taken up the flame today, opening their own 'Relais de l'Entrecôte' in Paris and a string of other cities across France and worldwide. All you choose are the starters and dessert. The rest – entrecote with salad and fries – is unchanging, and eternally popular. 'The formula hasn't changed since the first day we opened, and it never will!' There's a secret weapon, too – the Entrecôte's legendary sauce, and its top-secret recipe: Chicken livers? Fresh thyme? Anchovies? Developed at the family seat near Toulouse, or imported from Switzerland? Everyone has their own theory – and the result is delicious, whatever, drawing fans back again and again. (The profiteroles are sensational too…). For now, Geneva's very own Relais de l'Entrecôte remains an institution on the Rue du Rhône.

Le Relais de l'Entrecôte - 49, rue du Rhône, Genève - + 41 22 310 60 04 - www.relaisentrecote.fr

Un bon dîner à la Broche

-/ Dine in style a La Broche

Authentique et raffiné, « la Broche » expose ses voûtes de pierres apparentes dans le cadre unique du bâtiment de l'Arquebuse, éclairé aux candélabres une fois la nuit tombée. Côtés papilles, la célèbre formule du restaurant propose trois viandes (Coquelet, Agneau et Bœuf) accompagnés de différentes sauces au choix (japonaise, indienne, tunisienne, anglaise,...) Pour arroser le tout, la carte présente une belle sélection de vins régionaux mais aussi en provenance d'Italie ou de Grèce. Un repas chaleureux et copieux !

-/ La Broche offers authentic charm beneath exposed stone arches in the unique setting of the Arquebuse building, lit by candelabra after dark. The restaurant's famous formula offer three different meats (chicken, lamb and beef) served with a choice of sauces (Japanese, India, Tunisian, English), all washed down with a fine selection of regional wines, and crus from Italy and Greece. Generous and delicious!

La Broche – 36, rue du Stand, Genève
+41 22 321 22 60 - www.restaurantlabroche.ch

Avec deux hôtels, cinq restaurants et un golf 18 trous, au Domaine du Mont d'Arbois, le choix est infini.

Expérimentez un service attentif aux moindres détails et la tradition d'accueil héritée de la famille Rothschild, qui veille sur le Domaine depuis plusieurs générations.

DOMAINE DU MONT D'ARBOIS
www.domainedumontdarbois.com

FORFAIT MAGIE DE NOËL- ILLUMINATION SAPIN SWAROSWKI*
2 nuits B&B, un dîner gastronomique au restaurant Le 1920, un soin au Spa du Chalet* et un cadeau surprise !*
A partir de 245€/pers* à la Ferme du Golf*** - T. +33 (0)4 50 21 14 62
A partir de 375€/pers* au Chalet du Mont d'Arbois***** - T. +33 (0)4 50 21 25 03
* Nuits des 9 & 10/11/2011, sur la base d'une chambre double, dîner hors boissons et soin de 70mn au choix

Hôtel EPSOM : le talent d'un nouveau chef

-/ HOTEL EPSOM: a talented new chef

Le Restaurant le « Portobello & co » de l'Hotel Epsom, l'un des six établissements du groupe Manotel à Genève, accueille un nouveau Chef de 29 ans, Pierre Molinier pariant sur l'audace et la jeunesse. Le cuisinier, qui officiait à l'Hôtel Royal en tant que bras droit d'Armel Bedouet (Restaurant « le Duo »), prend les rennes du Portobello & co, fort d'une expérience riche de prestigieuses enseignes tel que le « Chat Botté » de l'Hôtel Beau Rivage à Genève. Innovant, Pierre Molinier propose une approche de la cuisine résolument inventive et sublimée par une importante sélection d'huiles d'olive.

-/ Portobello & Co, the restaurant at the Hotel Epsom – one of six Manotel Group hotels in Geneva – has a new chef: 29-year-old Pierre Molinier. The former right-hand man of chef Armel Bedouet at Le Duo offers a bold new menu, drawing on his experience at prestige addresses including the Chat Botté at Geneva's Beau Rivage. Molinier's inventive approach is backed by a fine selection of AOC olive oils – each contributing its own distinctive flavour.

Hôtel Epsom – Restaurant Portobello & co – 18, rue Richemont, Genève - +41 22 544 66 66 www.manotel.com

Jiva Hill Park Hôtel, un moment de détente

-/ JIVA HILL PARK HOTEL: time out to relax

A seulement 10 minutes de Genève, le 5 étoiles Jiva Hill Park Hotel fait majestueusement face au Mont-blanc et à la chaîne des Alpes. Dans un cadre idyllique, les 35 hectares du parc naturel de l'hôtel offrent un contexte relaxant et dépaysant. Le Jival Hill Park Hôtel propose tous les aménagements et services pour vous assurer plaisir et détente : espace spa-piscine, cours de yoga ou d'aquagym ou encore une formule « bootcamp » mis à la disponibilité de la clientèle. La gastronomie est également à l'honneur avec l'arrivée du nouveau chef du restaurant Shamwari, Emmanuel Ollivier, qui a déjà officié dans plusieurs établissements étoilés.

-/ Just ten minutes from Geneva, the five-star Jiva Hill Park Hotel enjoys a majestic setting overlooking Mont Blanc and the Alps. The idyllic, 35-hectare grounds are a world away from the city hustle, offering the perfect chance to relax and escape. The hotel's well-being services are an added bonus: a spa and pool area, yoga and aquagym classes, and a special 'boot camp' formula for residents. Plus gourmet cuisine from Emmanuel Ollivier, the new chef at the hotel's Shamwari restaurant, bringing a wealth of experience from several Michelin-starred establishments.

Jiva Hill Park Hôtel & Spa – Route d'Arée, Crozet, France +33 4 50 28 48 48 – www.jivahill.com

« Seafood nights » à l'InterContinental Genève

-/ Seafood night at the InterContinental

Envie de fraîcheur ? Depuis le 7 octobre et comme chaque vendredi soir, le restaurant Woods de l'InterContinental est devenu le rendez-vous incontournable ! Nouvelle atmosphère, nouveau concept de soirées exclusives sont à l'honneur.
Au menu, un alléchant buffet entièrement dédié aux produits de la mer ainsi qu'un vaste choix de poissons finement sélectionnés par le Chef, Sandro Gamba, et sa brigade.
Dans une ambiance lounge et tamisée, épicuriens que vous êtes, venez déguster des mets à la fois légers et gourmands !

-/ Looking for something completely different? Starting October 7, and every Friday night, Woods restaurant at the InterContinental offers a new ambience, with exclusive concept evenings featuring a tempting 'Surf' buffet including a huge choice of fish, selected by chef Sandro Gamba and his brigade. The cossetted lounge setting is an added bonus, for an evening of delicious, light, gourmet fare!

InterContinental, Restaurant Woods – Réservations au +41 22 919 33 33 – chemin du Petit-Saconnex 7-9, Genève - www.intercontinental-geneva.ch

GRAND HOTEL BELLEVUE GSTAAD, calme et volupté au coeur de la station huppée

-/ GRAND HOTEL BELLEVUE GSTAAD: peace and luxury at the heart of the super-smart resort

Alliant luxe et authenticité, le Grand Hotel Bellevue incarne à merveille l'esprit de Gstaad et son cadre enchanteur. Situé en plein centre de la station, le Grand Hotel Bellevue offre notamment les services d'un Spa pour couronner votre après-ski. Plusieurs formules vous sont proposées : le « Day SPA » et sa journée bien-être ou encore le « SPA privé » pour un tête-à-tête romantique. Envie d'un week-end dédié à la relaxation ? Choisissez la formule « Alpine Wellness Retreat » avec ses 3 journées de soins divins. Le SPA du Grand Hotel Bellevue Gstaad est l'étape idéale pour relaxer corps, âme et esprit.

-/ The Grand Hotel Bellevue combines all the luxury and authentic charm of Gstaad and its enchanting setting. At the heart of the resort, the hotel offers a range of superb spa services, perfect for unwinding après-ski. The Day SPA offers a day-long wellbeing experience, while the 'SPA Privé' is perfect for a romantic tête-à-tête. For a truly relaxing weekend, the 'Alpine Wellness Retreat' formula offers three days of divine treatments. The SPA at the Grand Hotel Bellevue Gstaad is the place to revive, mind, body and spirit alike.

Grand Hotel Bellevue Gstaad - Hauptstrasse
3780 Gstaad - +41 33 748 0000
www.bellevue-gstaad.com

LE MO BAR GENEVA : Rythmez vos soirées

-/ LE MO BAR GENEVA: The rhythm of the night...

Genève la nuit. La ville a souvent été désavouée pour son manque d' «Entertainment » nocturne ; le MO Bar fait taire les mauvaises langues. Le Lounge-bar de l'hôtel Mandarin Oriental est idéalement situé près de la ville, centre névralgique de toute activité. Chaque vendredi et samedi, une programmation Jazz et Soul s'y déroule animant ainsi vos afterworks jusqu'à 1 heure du matin. Une carte proposant plus d'une trentaine de cocktails originaux fait le bonheur des noctambules, sirotant leurs breuvages au son groovy de KG Golden, chanteuse soul et de ses invités de prestige, Marc Perrenoud ou Wayne Brown pour ne citer qu'eux.

-/ Geneva's nightlife has often been, shall we say, underestimated… But no longer, with the arrival of the MO Bar. The Mandarin's bar and lounge is ideally located near the city centre, with a jazz and soul programme every Friday and Saturday night, kicking off with afterwork gatherings, and pulsing into the small hours (1 a.m.). There's a menu of 30 original cocktails to sip to the groove of soul singer KG Golden, and a prestige line-up of guests including Marc Perrenoud and Wayne Brown.

Le Mo Bar Geneva - Mandarin Oriental Hotel, Geneva – +41 22 909 09 36 - www.mobar.ch

Au coeur du goût à La Clusaz

-/ Taste from the heart La Clusaz

Au cœur du village Hôtel&Spa à La Clusaz, Christophe Pacheco est le chef d'orchestre des cuisines du restaurant gastronomique "LE 5". Grand manitou d'une cuisine inventive, le Meilleur Ouvrier de France 2011 joue entre tradition du terroir et esprit bio, entre terre et mer, entre surprise et émotion. Veau aux écrevisses et spirale de spaghettis en gratin truffé et sa mosaïque de légumes étuvés ; Bar Sauvage Grillé en noisettes iodées, beurre battu au jus de moule et Yuzu et ses Raviolis de courgette à la chair de tourteau et ciboulette… Autant de plaisirs à partager après une bonne journée de montagne. Pour encore plus de surprises, choisissez le Menu du Chef et découvrez, les yeux fermés, la sélection de mets selon l'inspiration du jour... Bon appétit !

-/ Chef Christophe Pacheco of the Au Coeur du Village Hôtel&Spa in La Clusaz orchestrates the kitchen brigade of gourmet restaurant "LE 5". This high priest of inventive cuisine – and Meilleur Ouvrier de France 2011 – combines tradition and terroir with a fresh twist, in dazzling surf-and-turf creations: veal with crayfish and a gratin of truffled spaghetti twists, served with a mosaic of pot-steamed vegetables, or grilled wild sea bass with salted hazelnuts, creamed butter and Yuzu mussel jus, served with raviolis stuffed with courgettes, crab and chives… Another good reason for a day in the mountains! If you just can't decide what to try, the tasting menu offers a selection of daily specials based on market-fresh produce. Bon appetit!

Au Cœur du Village Hôtel&Spa*****
26, Montée du Château, 74220 La Clusaz, France
+33 4 50 01 50 01 - www.hotel-aucoeurduvillage.fr

The new Urban chic

swissôtel MÉTROPOLE
GENÈVE

34, Quai Général-Guisan 1204 Genève tél. +41 (0)22 318 32 00 www.swissotel.com/geneva

Longchamp inaugure sa nouvelle boutique à Lausanne

Longchamp a inauguré l'ouverture de sa nouvelle boutique à Lausanne, en présence d'Amanda Ammann Miss Suisse 2007 et de Whitney Toyloy, Miss Suisse 2008. Une soirée festive qui a rassemblé au total plus de 200 visiteurs !
Cette boutique à Lausanne permet d'avoir une présence en Suisse Romande et de positionner la marque au cœur d'une des artères clefs de la Suisse, selon
Marcel Boegli, Responsable du marché Suisse chez Longchamp.

Vitrine Lonchamps côté rue de Bourg

Ambiance intérieur boutique

Amanda Ammann et une amie

Marcel Boegli et Amanda Ammann (Miss Suisse 2007)

Nida Wakim et Dr Maryline Tartaix

Dir. Patricia Bonnardel

Ambiance intérieur boutique

Corum honored by Robb Report Magazine | Le 5 et le 6 octobre 2011

Les 5 et 6 octobre dernier le savoir-faire horloger et l'inventivité de la marque de la Chaud-de-Fonds ont été récompensés par le magazine Robb Report, lifestyle américain, référence du luxe outre-atlantique. L'award « Best of the Best » dans la catégorie « montres pour femmes » a été attribué à CORUM lors de deux dîners, l'un à Houston, l'autre à Palm Beach ; les convives ont pu entre autres déguster des crus de qualités, tout en admirant les modèles de la Collection Bridge, célébrant le lancement de la Golden Bridge Automatic aux USA.

Thomas. A. Andruskevich, President & CEO, Birks & Mayors - Antonio Calce, Corum CEO - David Arnold, Senior Vice President and Publisher, Robb Report.

Robb Report Award

Guests wearing Corum watches

Jamie Rhind, Senior Vice President and Associate Publisher - Antonio Calce Corum CEO - Helene and Dror Zadok, Zadok Jewelers

Une nouvelle dimension scientifique pour Hublot au Musée des arts et métiers à Paris, le 10 octobre 2011

Le 10 octobre dernier au Musée des arts et métiers à Paris, la marque horlogère suisse Hublot a rendu hommage au plus ancien « calculateur astronomique » de l'histoire, datant de l'Antiquité : le mécanisme d'Anticythère. L'un des objets les plus mystérieux découvert en 1901 a inspiré le développement horloger de la marque. Pour la première fois, une équipe horlogère marche main dans la main avec une équipe scientifique, composée de sommités mondiales de l'archéologie et de l'histoire de la mécanique.

Sous l'égide de Madame Valérie Wertheimer, Action innocence a organisé son second Men's Lunch, en présence de Michel Leeb au restaurant Little Buddha Geneva avec le soutien de Piaget et de COTE magazine.
Durant ce déjeuner, les invités ont pu redécouvrir la travail effectué par l'association en faveur de la dignité et de l'intégrité des enfants sur internet grâce à ses campagnes de prévention et de sensibilisation ainsi que sa collaboration avec les services de police européens pour lutter contre la pédocriminalité.

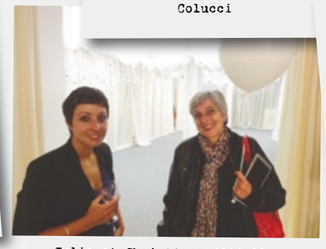
Teo Jakob et Claudio Colucci au Design Days le Le 21 septembre à Carouge

Après Tokyo et Paris, le designer suisse Claudio Colucci, a ouvert un bureau à Genève.
Le 21 septembre, à l'occasion du Design Days, Teo Jakob à Carouge a exposé diverses créations à la fois simples, ludiques, sensuelles et décalées. Mise à l'honneur, la lampe Squeeze, réalisée en édition limitée, est une création emblématique de l'artiste. Surprendre, déstabiliser et ouvrir de nouveaux modes de perception et d'appréhension de notre environnement sont les valeurs du designer suisse !

Chaises et lampes Claudio Colucci

«Cocktail»

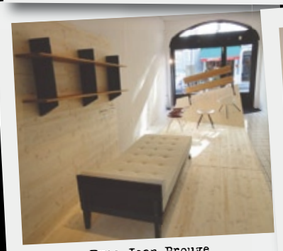
Sibilla de Vuono, Isabelle Campone, Francesca Serra


Julie et Christiane d'Aiello

Speacker: maroun zahar
droite: benjamin thut, gauche: jörg boner

«Cailloux»

Sibilla de Vuono
(Claudio Colucci design)


Expo Jean Prouve

Caroline D'Aiello

Jörg Boner, Michèle Rossier

Ralph Lauren, Genève événement « Pink Pony » Le 15 Octobre 2011

Cette année, pour la cinquième année consécutive, « Pink Pony » continue son action à Genève. Afin de récolter des fonds et de sensibiliser le public à la lutte contre le cancer, un dîner de Gala sera organisé le 15 octobre 2011 au Grand Hôtel Kempinski de Genève. Parmi les 200 invités, Douglas Griffiths (Deputy Permanent Representative to the United States Mission to the United Nations) a ouvert la soirée avec le Professeur Bernard Chapuis, Président de La Ligue Genevoise contre le cancer.

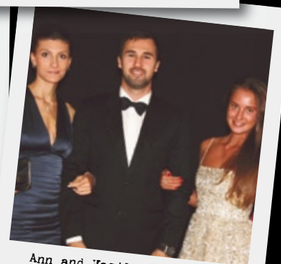
Commissaire-priseur Eric Valdieu, Yolande de Zeigler, Catherine Leopold-Metzger

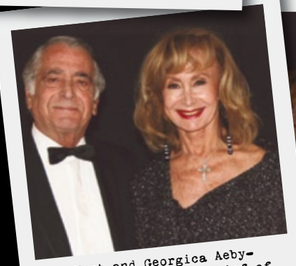
Joaquin Jimenez, Marine Gay, Alessia Di Dio (en RALPH LAUREN)

Manon Boidin, Valerie Miller, Comité Pink Pony Ralph Lauren

RL Chief Operating Officer, Ralph Lauren Europe, Anders Romberg and Kirsten Chilstrom

Francoise Boehler (RL)(en Ralph Lauren) and Catherine Challulau (RL)


Ann and Vasily Volkov and Alexandra Lazereva


Kurt and Georgica Aeby-Demeter, Editor in Chief of Exclusif magazine

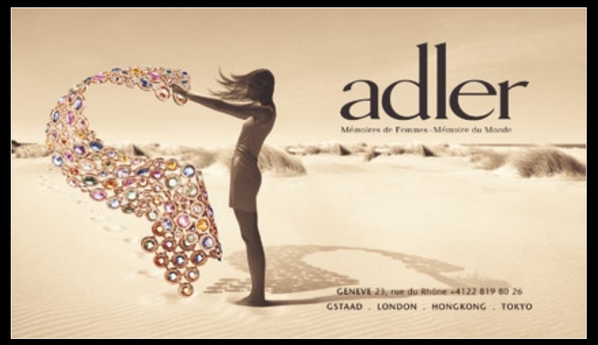
Olivia, Thomas and Sigrid Wilson

Robert et Florianne Benvenuto

Anna Britto Da Souza, Barbara Jimenez de la Fuente, Antonio Bravo, Valerie Miller, Diane Pinhas

Dauphine Miss Swiss, Sabrina Guilloud

La Piste avec la musique des Blue Diamonds



Moët & Chandon, Tribute to Heritage a Shanghai | Le 06 Septembre 2011

Moët & Chandon a rendu hommage aux liens étroits que la Maison a tissés depuis plus de deux siècles avec la Chine, en présence de Scarlett Johansson, égérie de la marque et de nombreuses personnalités internationales. Pour célébrer l'instant, une montgolfière en forme de bouchon de Champagne géant, baptisée « Spirit of 1743 » en l'honneur de la création de Moët & Chandon, a survolé la grande muraille de Chine. Cet événement a marqué le début d'un deuxième tour du monde en ballon, après celui qu'avait déjà réalisé « Spirit of 1743 » en 1993 pour le 250ème anniversaire de la maison Moët.

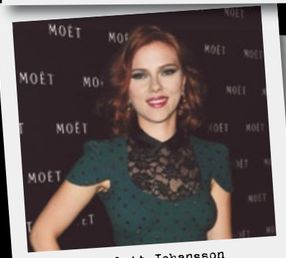
Abhay Deol, acteur Bollywood

Daniel Lalonde et Shu Qi

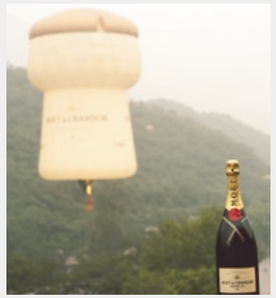
Scarlett Johansson et Shu Qi

Lilico, actrice Japonaise

Scarlett Johansson et Daniel Lalonde, Président de Moët & Chandon


Scarlett Johansson

Scarlett Johansson


La montgolfière Spirit of 1743 survolant la Grande Muraille de Chine.

Shu Qi, actrice Chinoise

Moët & Chandon

Inauguration d'une nouvelle boutique Lionel Meylan à Vevey | Le 6 octobre 2011

Vevey, le 6 octobre 2011, plus de 300 convives sont venus découvrir le nouvel espace boutique Meylan.
Accueillant 3 nouvelles marques (Breguet, Bvlgari et IWC), cette seconde boutique, a su conquérir ses invités. Des représentants des marques et de la presse, aux clients, c'est dans une atmosphère conviviale et festive que la soirée a écumé ses heures.

Julien, Lionel & Yannick Meylan

Frank Schoellkopf & Fabienne Wahlen

Gay Gauer & Alain Delamuraz

L'horloger Johan Tschanz et peut être un futur horloger

Marie Cardello et Julien Vogel

Marisol Garcia & Massimo Panico

Marjorie Vallotton & Julien Meylan

Marina Agier, Florence Agier & Suzanne Ardos

Un soir à la Corraterie
octobre 2011

Depuis quelques années, au début d'octobre, les principales enseignes de la rue de la Corraterie invitent simultanément leurs clients et amis à découvrir les nouveautés de saison. Cette manifestation, appelée " un soir à la Corraterie " , s'est déroulée cette année en partenariat avec le Grand Théâtre. La foule, nombreuse, a pu apprécier les multiples facettes de cette rue historique....

Romane FRANCHINO, Nicole VERDEGUER, José MILLO, Raphaelle RIEDER et Louise BARRADI

Marisol CARAVATTI, Olivier RUDMANN, Yvonne CHOITEL, Jessica BRUN et Philippe CHOITEL

« Galerie Bel-Air Fine Art »

Pascal VUARNIER et sa fille Leyla

Jean-Pierre GARCON, Pascal CHAUSSE, Estefania GOMES, Stéphane MONTANI et Florian FLUCKIGER

Leala WENDLER, Matilde FASSO, Daphné ROULIN et David AYLLON

Lionel LATHAM

Pamela OTT

Genève Opéra

Morris ZAND, Denise BERLANI, Jean-Bernard WURM et Suzy SAHAKIAN

Roger Dubuis et La Monégasque - La Haute Horlogerie au rendez-vous du Glamour
Le jeudi 20 octobre 2011

Le jeudi 20 octobre, ROGER DUBUIS a célébré sa nouvelle collection La Monégasque en ce lieu incontournable qu'est Monaco. Plus de 200 invités venus du monde entier pour l'occasion - parmi lesquels l'artiste Daphne Guinness, le galeriste Alexandre Dellal et le chausseur Christian Louboutin - se sont pressés pour découvrir celle qui a trouvé un véritable ancrage glamour sur le Rocher. Une soirée exclusive placée sous le signe du chic absolu.

Bonnie Wright, Kim Farmer et Jamie Cambpell

Daphné Guiness et Christian Louboutin

Jess Adams et James Purefoy

Tomer Sisley et Georges Kern, CEO Roger Dubuis

Clotilde Courau

Curtis Stiger

Richard Berry, Pascal Elbé, Tomer Sisley et Patrick Bruel

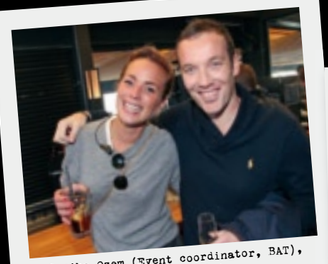
Leona Sigrist (Winner Elite Model Look 2008) et Ursula Knecht (Option Model) portant des créations Arasa Morelli

La salle Empire à l'Hôtel de Paris

Modernity at Uetliberg 2011 - KENT
Le 22 octobre 2011

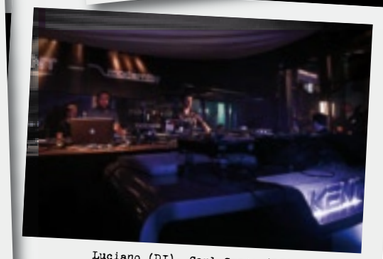
Une fois de plus Modernity crée l'évènement en choisissant l'hôtel Uto Kulm sur la colline d'Uetliberg à Zürich pour sa soirée du 22 octobre, durant tout l'après-midi et une partie de la nuit.
Pour vous accompagner comme il se doit, Modernity a programmé les meilleures DJs du moment ! Ce ne sont pas moins de 3 grands headliners DJ qui ont mis le feu...
Un évènement récompensé par le best event 2011 lors du Swiss Nightlife Award !

Christoph Groene (Brand Manager KENT), Daniele Pellettieri (Area Horeca Manager, BAT)



Saniha Ozem (Event coordinator, BAT), Fabrice Pittet (Horeca Channel Manager, BAT)

Liza Dalmedo (RP Java Club), Chris Jones



Luciano (DJ), Carl Craig (DJ)

M'hamed et Jocelyn Rahiani, Annick Dijamatovic, Saniha Ozem (Event Coordinator BAT)

Mara Buschini, Vany Mendes

Michele Cala, Valery Emeline

Mr Mike et Francesca

Samuel Bonvin (Caprices factory), Matthieu Kowalczyk (National Event Manager, BAT)

Swiss Nightlife Award, Modernity (best event 2011)

THE SIMPLICITY OF INNOVATION.

LUMINOR 1950 3 DAYS GMT
AUTOMATIC - 44 mm
P.9001 in-house calibre

PANERAI
LABORATORIO DI IDEE.

BOUTIQUE PANERAI GENÈVE - Rue du Rhône 19 - Tél. +41 22 818 66 44
www.panerai.com

www.piaget.com

PIAGET

Possession
Joaillerie en mouvement

Boutique PIAGET : Genève - 40, rue du Rhône