The Good Life

BUSINESS & LIFESTYLE IN A MOUNTAINOUS WORLD

BE : 13,50€ / CH : 16 CHF / CA : 16,99 CAD / DE : 13,50 € / ES : 13,50 € / GR : 13,50 € / IT : 13,50 € / LU : 13,50 € / PT : 13,50 € / DOM Bléma : 13 € / MA : 100 MAD / TN : 26 TND / ZONE CFP Bleme : 1 700 XPF

65

The Good Life

VOYAGES | CULTURE | DESIGN | ARCHI | MODE | MOBILITÉS | FINANCE | N°65 DÉC. 2024 / JANV. / FÉV. 2025 | 8,50 € | thegoodlife.fr

BUSINESS & LIFESTYLE IN A MOUNTAINOUS WORLD



dior.com – 01 40 73 73 73



DIOR



Photographie reconnue

Loro Piana

loropiana.com

Nos contributeurs

Ils peaufinent les pages de *The Good Life* pour votre plus grand plaisir et le nôtre.



MARCEL HARTMANN (1)

Marcel Hartmann s'est passionné dès l'enfance pour la photographie. Il a commencé avec le photographe indépendant Helmut Claus, puis c'est à Paris, au studio Pin-Up, que sa carrière s'est engagée. Il a été assistant de Dominique Issermann, Richard Avedon, Irving Penn et Peter Lindbergh. En 1992, il commence à photographier des personnalités pour des magazines et des marques prestigieuses. Il a exploré les univers de la mode, de la musique, de la publicité, du sport et du cinéma. Pour nous, il a capturé Bertrand Piccard dans son élément (p. 84).



GUILLAUME REBIÈRE (2)

Diplômé d'histoire, Guillaume a choisi l'éphémère excitant de l'actualité en devenant journaliste. Après des collaborations au *Figaro* ou à *La Tribune de Genève*, il pousse la porte du *Journal du dimanche*, dont il a été rédacteur en chef. Il est parti pour *The Good Life* à la découverte des savoir-faire contenus dans les plus prestigieux flacons de ce monde (p. 68, 172, 176, 178, 184).

FABIEN PALEM (3)

Il y a douze ans, il foulait l'Argentine pour la toute première fois. Depuis, Fabien (pro)mène sa barque entre l'Amérique latine, Barcelone et le midi de la France, au gré des vents et des reportages (*Le Monde*, *Slate*, *Usbek & Rica*). Basé à Buenos Aires, il écume les divans de psy et les comptoirs les plus bavards de la ville. Entre un atelier de littérature et un foot à cinq, il prend plaisir à raconter ses expériences immersives dans les pages de *The Good Life*, cette fois-ci au cœur de la vertigineuse Sao Paulo (p. 94).









LAURENT JACOBI (4)

Yeux bleus, taille haute, cheveux rares et courts. Traîne depuis vingt-cinq ans un accent méditerranéen à Paris. Sait cuisiner les choux farcis et le poulpe à la galicienne. Aime les romans d'aventure, la poésie et les essais. Guide, écrit, lit et coache dans un ordre aléatoire qui lui permet de gagner sa vie. Prend un immense et malin plaisir à partager avec les lecteurs de *The Good Life* ses chroniques littéraires sur un thème joyeusement imposé (p. 224).

ELEONORA BOSCARELLI (5)

Connue sous le nom d'Ely Bsc, Eleonora est une photographe professionnelle internationale italienne, installée à Londres. Sa passion pour la photo a commencé à l'âge de 11 ans, lorsque sa grand-mère lui a offert son premier appareil. Elle a toujours aimé voyager, documenter chaque instant, chaque personne, chaque lieu, et découvrir différentes cultures. Aujourd'hui, elle raconte l'histoire des chefs et des restaurants étoilés les plus renommés, ainsi que de lieux plus décontractés, travaillant à la fois dans l'industrie de l'alimentation et du voyage. Vous la croiserez dans ce numéro attablée à la crème de la crème des adresses viennoises aux côtés d'Andrea Petrini (p. 148).

NICOLAS KRIEF (6)

Nicolas Krief pratique une photographie documentaire aux accents picturaux et romanesques. Il est lauréat de la Grande commande photographique pilotée par la BnF. Ses travaux personnels le conduisent dans les coulisses des musées, où il explore notre relation à l'art. Pour ce numéro, il s'est envolé à Sao Paulo pour saisir les multiples facettes de la ville (p. 94).



ANDREA PETRINI (7)

Journaliste culturel apatride et reporter culinaire, Andrea est une crème de garçon. Sauf quand on le met en rogne avec les vins kombucha, les plats à partager, les intitulés en slash… Quand il ne prend pas de kilos en s'attablant pour *The Good Life*, *The Healthy Times*, *Salty Magazine*… ou pour ses deux livres actuellement en chantier (avec les chefs Riccardo Camanini et Alberto Landgraf), il brûle des calories au matcha. Dans ce numéro, il rencontre « The Good Chef », en Autriche (p. 148).

OLIVIER RENEAU (8)

Journaliste depuis une trentaine d'années, Olivier Reneau écrit principalement sur des sujets liés à notre art de vivre. Son intérêt pour l'architecture, le design, la mobilité, mais aussi les pratiques alimentaires et… le ski l'ont conduit à exercer son métier dans des contextes de voyages qui questionnent les processus créatifs en présence. Pour *The Good Life*, il visite les Alpes (p. 130, 142, 164), avant de se pencher sur notre consommation de café (p. 188).



SYLVIE BERKOWICZ (9)

Journaliste pour *The Good Life*, *IDEAT*, *Gault & Millau*… mais aussi réalisatrice pour TV5, animatrice-modératrice, rédactrice… l'inexorable Parisienne, ayant longtemps vécu au Canada, est passionnée de gastronomie, mais également de design, de mode, d'architecture… Dans la pratique de son métier et de ses déclinaisons, ces domaines se croisent, et à travers les voyages et rencontres, un lien se tisse : celui d'une grande curiosité pour ce qui touche à l'art de vivre, qui s'exerce, dans ce numéro, à Sao Paulo (p. 108).

PHOTOS : COLLECTIONS PERSONNELLES – NICOLAS KRIEF



The Good Life

Thegoodlife.fr
13, rue Henri-Barbusse, 92230 Gennevilliers.
Directeur de la publication : François Dieulesaint
Fondateurs : Anne-France et Laurent Blanc

RÉDACTION

Rédacteur en chef
Paul Miquel

Secrétaire générale de rédaction
Camille Loiseau

Premier secrétaire de rédaction
Stéphane Moll

Première rédactrice graphiste
Sophie Joseph

Rédacteurs graphistes
Christophe Simon
Grégory Sanz

Rédactrice mode et déco
Ambre Savagnac
ambresavagnac@ideat.fr

Iconographe
Claire Garate
cgarate@thegoodlife.fr

Rédactrice en chef web
Fanny Liaux
fliaux@thegoodlife.fr

ONT COLLABORÉ À CE NUMÉRO

Rédacteurs :
Sylvie Berkowicz, Béatrice Brasseur, Frédéric Brun, Hélène Brunet-Rivaillon, Claire Byache, Sophy Caulier, Chloé Consigny, Laura Cordin, Yan-Alexandre Damasiewicz, Bérénice Debras, Nicolas Dembreville, Rémy Dessarts, Serge Gleizes, Laurence Gounel, Laurent Jacobi, Mathieu Le Maux, Frédéric Martin-Bernard, Maia Morgensztern, Sylvain Ouchikh, Fabien Palem, Andrea Petrini, Patrice Piquard, Christophe Quillien, Maryse Quinton, Guillaume Rebière, Olivier Reneau, François Simon, Nicolas Valeano

Photographes : Eleonora Boscarelli, Sébastien Coindre, Marcel Hartmann, Nicolas Krief

Illustrateurs : Chris Barette, Three Koma, Soledad

Couverture : Chris Barette (avec l'aide de l'IA)

PUBLICITÉ

Directrice commerciale
Delphine Tripodi
Tél. +33 (0)1 70 19 33 72
dtripodi@coteregie.fr

Publicité France print et digital

Directrices du développement
Lison Adler-Appel (pôle décoration/culture)
ladlerappel@coteregie.fr

Sibylle Dubost-Foisil (pôle lifestyle)
sfoisil@coteregie.fr

Publicité internationale

Directrice pôle international
Ana Matut
Tél. +32 479 94 22 66
amatut@coteregie.fr

Agent Italie
K.media / Bernard Kedzierski
Tél. +39 335 632 77 63
bernard.kedzierski@kmedianet.com

Agent Espagne
AIM / Almudena Pardilla
Tél. +34 677 451 320
almudena.pardilla@aboutim.es

Agent Royaume-Uni
Mercury Publicity / Sandrine Marchal
Tél. +44 781 626 8516
sandrine@mercury-publicity.com

OPÉRATIONS SPÉCIALES

Cheffe de projets Brand Content & OPS
Adama Afakir-Tounkara
Tél. +33 (0)1 70 19 33 81
atounkara@coteregie.fr

DIRECTION

Président Prisma Media représenté par Claire Léost

Directeur général Prisma Media, en charge de la régie, de la transformation et du Pôle Luxe
Philipp Schmidt

Directrice déléguée Pôle Luxe
Maria-Isabelle de Saint-Bauzel

Directrice de la fabrication et de la vente au numéro
Sylvaine Cortada

Fabrication
Yann Saunier

Responsable des licences internationales
Géraldine Couturaud
Tél. +33 (0)6 84 39 35 64
g.couturaud@ideat.fr

ABONNEMENTS ET DISTRIBUTION

The Good Life c/o TBS Services CS 60003 – 31242 L'Union Cedex
Pour toute question relative à votre abonnement, merci de contacter le +33 (0)1 44 70 14 70 ou abonnements@ideat.fr
Tarif 1 an / 4 numéros : 17 €

Suisse : Dynapresse Marketing SA.
Tél. +41 (0)22 308 0808
abonnements@dynapresse.ch

États-Unis et Canada : Express Mag
Tél. +514 355-3333 (en français) ou (514) 355-3334 (en anglais).
expressmag@expressmag.com

Distribution : MLP

Photogravure : Alloscan, groupe Amalthéa

Impression : Maury Imprimeur 45300 Le Malesherbois

Dépôt légal : à parution.
ISSN : 2119-6532. Commission paritaire : 1126K91133.

Société éditrice : Côté Maison
SAS au capital de 10 000 €. RCS Nanterre 831991633.
Actionnaire Prisma Media
13, rue Henri-Barbusse, 92230 Gennevilliers

© ADAGP, pour les œuvres de ses membres, Paris 2024.
Ce magazine a été imprimé sur un papier porteur de l'écolabel européen N° FI/11/001, fourni par UPM. Provenance du papier : Finlande – 0 % de fibres recyclées – Ptot : 0,004 kg/T.



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

RENAULT 5
E-TECH ELECTRIQUE

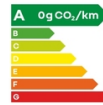
borne de recharge offerte[1]

4 000€ de bonus écologique avant changement des conditions[2]

fabriquée en France
jusqu'à 410 km d'autonomie[3]
chargeur bidirectionnel
openR link avec Google intégré[4]
200 combinaisons de personnalisation
jusqu'à 26 systèmes avancés d'aide à la conduite

profiter de l'offre







(1) borne de recharge à domicile Mobilize powerbox verso (valeur : 990€ ht) offerte pour toute commande de Renault 5 neuve + forfait comprenant borne et installation **du 1er au 31/12/24.** borne non substituable par une autre contrepartie, ni par une borne de recharge de nature équivalente. offre à particuliers résidant en maison individuelle, valable pour toute commande d'un forfait borne Mobilize powerbox verso avec installation de Mobilize power solutions, via points de vente Renault participants. (2) sous réserve de confirmation et d'éligibilité selon conditions prévues par la réglementation applicable, voir sur service-public.fr. (3) selon données wltp. (4) Google, Google Play, Google Maps, Waze et autres marques sont des marques déposées de Google LLC. **consommations min/max (kwh/100 km)* : 14,9/15,5 pour la version autonomie confort 52 kwh. émissions co2 (g/km)* : 0. *selon norme wltp.**

renault.fr

pensez à covoiturer #SeDéplacerMoinsPolluer



St PAUL



83 SAINT TROPEZ
04 94 43 11 00

84 AVIGNON
04 90 88 40 03

www.atelier-saintpaul.com

l'ATeLIER DE sT PAUL®
MANUFACTURE DE CUISINES

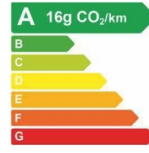


Modèle présenté : Range Rover Sport P550e BVA AWD.
Consommation de carburant en cycle mixte l/100 km (WLTP) : 0,7 à 0,9.
Land Rover France. 509 016 804 RCS Nanterre.

Au quotidien, prenez les transports en commun. #SeDéplacerMoinsPolluer

RANGE ROVER
SPORT





Intelligence artificielle ou artisanale ?

« La raison, c'est l'intelligence en exercice ; l'imagination, c'est l'intelligence en érection. »
Victor Hugo, *Faits et Croyances, 1845-1850*

Ah ! la montagne en hiver, ce lieu privilégié où l'esprit et le corps trouvent refuge ! À l'heure du dérèglement climatique qui s'impose, hélas, comme une réalité, notre manière de vivre la montagne doit aussi se transformer. Radicalement. Glaciers en recul, chutes de neige plus rares, pics de chaleur plus fréquents… autant de signes qui transforment les paysages comme nous devrions le faire de nos habitudes, mais qui – paradoxe très humain – n'entament pas la magie ressentie face à la grandeur vertigineuse de la montagne avec un grand « M ». Face à ces profondes mutations, le monde du luxe, qui lui aussi adore la neige et le ski, est en passe de se redéfinir, embrassant progressivement une approche plus durable et plus responsable. Le but ? Rechercher, bien sûr, le calme et la qualité, mais dans le respect de ce milieu unique.

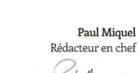
De Megève à Verbier, de La Clusaz à Cortina d'Ampezzo, de nombreuses stations ont ainsi mis en place des stratégies de développement écologique ambitieuses, intégrant à leurs chalets et hôtels des systèmes de géothermie et de matériaux biosourcés. Le Four Seasons Hotel Megève et le Refuge de la Traye s'inscrivent, par exemple, dans cette tendance : structures construites dans le respect de l'environnement, chauffage à énergie renouvelable, restauration locale et circuits courts sont devenus, au fil du temps, les nouveaux symboles du raffinement en altitude. Pour promouvoir une montagne sobre et authentique. Les changements climatiques transforment également les activités qui rythmaient jusqu'alors nos séjours en altitude. Et c'est heureux.

À cause du manque d'enneigement récurrent – en baisse de 20 % en moyenne dans les Alpes ces dernières décennies –, les stations diversifient leur offre. Expéditions en raquettes, escalade de glace, ski de randonnée, fatbike électrique, trail sur neige, plongée sous glace… l'imagination des montagnards est sans limites ! Le changement de saisonnalité, quant à lui, est de plus en plus frappant : aujourd'hui, dans les Alpes françaises, certaines stations ne sont plus ouvertes que cent jours en moyenne par an, une durée qui continue de diminuer. Pour les stations de moyenne altitude, où la neige naturelle se fait de plus en plus rare, la réponse passe par un réajustement de leur image. Résultat : de plus en plus de touristes affluent désormais en station pour des séjours centrés sur le bien-être et la gastronomie locale.

Pour incarner visuellement cette nouvelle vision d'une montagne réinventée et créer l'illustration de la couverture du numéro que vous tenez entre les mains, nous avons fait appel – et c'est une première pour une *cover* – à l'IA, mais cet outil, aussi efficace et rapide soit-il, ne remplace en aucun cas (pour l'instant) le regard artistique et complexe de l'homme, avec un grand H. Il a d'abord fallu « prompter » avec expertise, c'est-à-dire peaufiner la demande à l'IA, avec des mots simples et précis en connaissant les arcanes de l'algorithme – conçu évidemment par un cerveau humain, ne l'oublions pas. Y revenir plusieurs fois. Encore et encore. Et Chris Barette, le designer qui était aux commandes, a repris méthodiquement chaque détail en postproduction sur un logiciel dédié, ajusté les nuances, corrigé les couleurs, travaillé la chromie et les effets de perspectives pour capturer au mieux l'essence de cette montagne qui doit désormais se vivre « autrement », fidèle à notre vision d'un luxe authentique et responsable.

« L'IA avait, par exemple, oublié de créer une tête aux skieurs », s'amuse Chris Barette. C'est simple, sans cette touche finale par la main humaine, l'illustration n'aurait pas été publiable. L'IA fournit la matière brute, mais c'est un être humain qui la ciselle. Lors de la remise des trophées du Grand Prix d'Horlogerie de Genève, en novembre dernier, Benjamin Comar, le CEO de Piaget, a reçu celui de la « montre iconique » pour la réédition très remarquée de la *Polo* de 1979. Dans son discours, sur scène, il a évoqué les liens absolument irréversibles qui doivent exister entre deux formes d'IA aujourd'hui : l'intelligence artificielle et l'intelligence artisanale. Nous sommes en totale adéquation avec cette vision du monde. *The Good Life* est fabriqué par des journalistes, des photographes, des illustrateurs, des iconographes, des secrétaires de rédaction, des graphistes, des imprimeurs, des photograveurs, des éditeurs et des commerciaux. Nous sommes tous des artisans et nous fabriquons un objet qui, en l'occurrence, s'appelle un magazine. Nous commençons à intégrer l'IA pour « coller à l'époque » et tester sa valeur éditoriale, mais sans jamais oublier qu'il ne s'agit que d'un outil. Alors ? Intelligence artificielle ou artisanale ? Les deux, mon capitaine !

Paul Miquel
Rédacteur en chef





Casque et masque de ski, **Louis Vuitton.** Derby *Dior Combat* en veau, **Dior.** Porte-clés, **Prada.**

PHOTO : SÉBASTIEN CONDRIE

Mercedes-Benz

TESTÉ DE 60°C À -40°C.

LORS DES PHASES DE TESTS SUR NOS VÉHICULES, NOUS RECRÉONS DIFFÉRENTES ALTITUDES ET CONDITIONS MÉTÉOROLOGIQUES, NOTAMMENT UNE PLUIE BATTANTE GRÂCE À 1 648 BUSES D'EAU.

POUR REPRODUIRE DES CONDITIONS EXTRÊMES, NOUS UTILISONS ÉGALEMENT UNE SOUFFLERIE CLIMATIQUE SPÉCIALE CAPABLE DE DIFFUSER DES TEMPÉRATURES ALLANT DE +60°C À -40°C.

NOUS INNOVONS SANS RELÂCHE POUR ATTEINDRE UNE FIABILITÉ MAXIMALE.

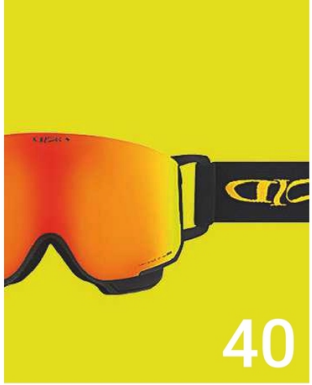
PARCE QUE NOUS SOMMES MERCEDES-BENZ.

Mercedes-Benz France - RCS Versailles 622 044 287.

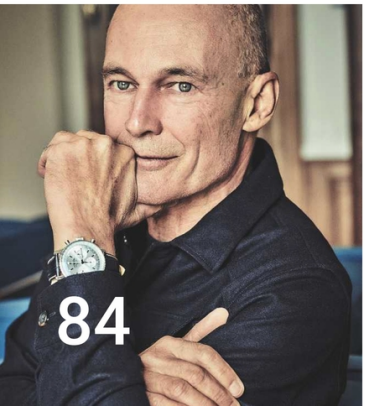
Pensez à covoiturer.



#SeDéplacerMoinsPolluer







The Good Life

12 ÉDITO
Par Paul Miquel, rédacteur en chef de *The Good Life*

THE GOOD NEWS

26 THE GOOD VISIONS
Accueillez 2025 l'esprit léger avec 6 images revigorantes

32 THE GOOD EXHIBITIONS
Retrouvez Cindy Sherman à Anvers, Chiharu Shiota à Paris, Edmund De Waal à Kristiansand, Van Gogh à Londres…

40 THE TOP GOOD – GOODS
La montagne s'apprécie bien équipé. Un florilège de marques rivalisent de savoir-faire pour que vous soyez au sommet du style en toute circonstance. Vertige de la mode…

48 THE GOOD HOURS
Patek présente sa tant attendue *Cubitus*, Breguet sort une *Type XX* en or, Jaeger-LeCoultre rend hommage à Monet, tandis que Richard Mille performe avec McLaren et que Swatch continue de décliner ses *MoonSwatch*

58 THE GOOD SNEAKERS – RETRO
La *Pro Staff* de Wilson fait son come-back. Réussi ?

60 THE GOOD ARTIFICIAL INTELLIGENCE
Quand l'IA générative s'investit dans l'épargne

62 THE GOOD INVESTMENT
Le marché des fossiles voisine avec celui des œuvres d'art

64 THE GOOD FACTORY
Avec la technologie Spiriocast, Steinway & Sons invite les plus grands pianistes dans votre salon

66 THE GOOD COFFEE TABLE BOOKS
Voyagez sur papier glacé avec notre sélection de beaux livres

68 THE GOOD SPIRIT
L'armagnac, vieux gascon, séduit de nouveaux amateurs grâce au designer Louis-Marie de Castelbajac

70 THE GOOD SPOTS – BEDS
Suivez le rythme de notre sélection d'hôtels où la musique s'érige en art de vivre

THE GOOD BRAINS

74 THE GOOD BRAINS
Sept talents capables de déplacer des montagnes

76 THE GOOD BOSS
Ilaria Resta, à la tête d'Audemars Piguet, détaille sa stratégie, circulaire, pour les années à venir

78 THE GOOD DESIGNER
Le serial entrepreneur Ramdane Touhami tutoie les sommets, de ses marques parisiennes à ses hôtels suisses

80 THE GOOD LAB
L'Oréal, la référence mondiale de la production de peau reconstruite en laboratoire pour des tests cutanés éthiques

82 THE GOOD BIRTHDAY
Richard Hennessy : 300 ans d'héritage distillé dans l'une des entreprises de spiritueux les plus réputées du monde

84 THE GOOD MENTOR
Entretien avec Bertrand Piccard, figure de proue du développement durable, en train de préparer l'un de ses tours du monde qui galvanisent les foules et les décideurs

90 THE GOOD IDEA
Lito, la jeune plate-forme qui révolutionne notre rapport aux œuvres d'art

PHOTOS: DIOR – STEPHEN FREDERICK – MARCEL HARTMANN

JAEGER-LECOULTRE

THE WATCHMAKER
OF WATCHMAKERS*



REVERSO

Paris – Lyon – Monaco

*L'Horloger des Horlogers







THE GOOD WORLD

94 THE GOOD CITY
Bienvenue à Sao Paulo, la plus grande ville d'Amérique latine, dont la situation, en retrait du littoral, ne l'a pas empêchée de devenir indispensable à l'économie du Brésil

116 THE GOOD BOOM
À Asunción, au Paraguay, les regards convergent vers le petit quartier de Villa Morra – qui a tout d'un grand

118 THE GOOD REMOTE ISLAND
Ressourcez-vous à Ilha Grande, un petit paradis de nature préservé au large des côtes de l'État de Rio de Janeiro

120 THE GOOD UPDATE
On peut faire mille choses à Venise : voici la *short list* de celles qui poussent à y retourner, inlassablement

122 THE GOOD CITY GUIDE
Reykjavik, la capitale islandaise, possède de beaux atouts, qui s'apprécient à l'abri de la frénésie touristique

124 THE GOOD RECIPE
Cacio e pepe : des spaghettis, du pecorino romano, du poivre. Et après ? François Simon vous explique tout

THE GOOD MOUNTAIN

130 THE GOOD BOOST
L'Experimental Group bouscule les codes de l'hospitalité pour mieux les accorder aux attentes de l'époque

132 THE GOOD FAMILY BUSINESS
Cinq familles, cinq légendes alpines, incarnent une hôtellerie de plus en plus lifestyle

138 THE GOOD BRAND
Millet, fleuron français de l'alpinisme, conserve son aura d'expert de la montagne tout en s'ouvrant à la ville

140 THE GOOD WINTER PALACE
Cap sur l'hôtel autrichien Eriro : qu'importe la route, pourvu que la destination soit exceptionnelle

142 THE GOOD CHALLENGE
Verbier, pièce maîtresse des 4 Vallées, attire un écosystème varié aggloméré autour du freeride

146 THE GOOD FINANCIAL UPDATE
À l'heure où les transactions immobilières ralentissent, le très haut de gamme résiste sans peine sur l'arc alpin

148 THE GOOD CHEF
Le duo autrichien Reitbauer propose une cuisine d'auteur, emblème du nouveau courant culinaire viennois

154 THE GOOD SECRET SPOTS
Tout l'esprit de la montagne condensé dans sept lieux exceptionnels, où s'échapper, respirer, vivre enfin

164 THE GOOD FESTIVAL
Avec le festival Archi' Design, dans la station des Arcs, l'habitat de demain prend de la hauteur

168 THE GOOD SPOTS – TABLES
Parce qu'il n'y a pas que la raclette en montagne…

THE GOOD DRINKS

172 THE GOOD CHAMPAGNE
Le modèle champenois face au changement climatique

176 THE GOOD WINERY
Visite du nouveau site de vinification de la maison Krug, un exemple d'écoconception

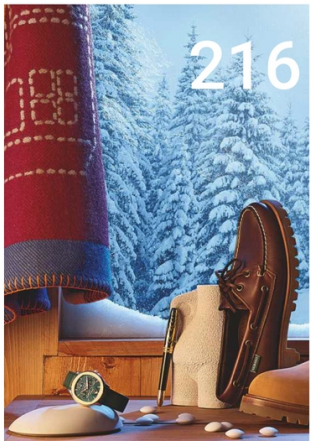
178 THE GOOD GUIDE – CHAMPAGNE
Bollinger, Ruinart, Boizel, Mumm… Toute la diversité de la Champagne pétille à votre table

PHOTOS: NICOLAS KRIEF – PAUL SEBESTA – DOMAINE BRUANT

REVOLUTION
Manufacturing
COLMAR
colmar.com







180 THE GOOD BUILDING
L'architecte Sou Fujimoto signe un pavillon contemporain qui dialogue sans rougir avec l'héritage de la maison Ruinart

184 THE GOOD DISTILLERY
Le maître assembleur Brian Kinsman nous entraîne dans la pure tradition du whisky écossais au cœur de Glenfiddich

186 THE GOOD GUIDE – SPIRITS
Notre sélection de spiritueux aligne les savoir-faire comme autant de flacons qui expriment la valeur du temps

188 THE GOOD COFFEE
Le café vit un âge d'or, qui va de pair avec une nouvelle typologie de consommateurs, très exigeants

THE GOOD TOYS

192 THE GOOD CAR SAGA
La GranTurismo Folgore, 100 % électrique, de Maserati, ne renie pas ses origines

196 THE GOOD FACTORY
La marque Can-Am reprend la route pour attaquer le marché bourgeonnant de la moto électrique

198 THE GOOD VINTAGE CAR
Retour sur le culte voué à la Fiat Panda, et sur son instigateur, Giovanni Agnelli

200 THE GOOD TEST
***The Good Life* est parti tester l'avion biplace Elixir, le petit chouchou des écoles de pilotage**

202 THE GOOD STRATEGY
Dacia change de cour automobile. Avec le Bigster, elle pénètre désormais dans celle des cadors

204 THE GOOD WATCHES
Tour d'horizon des liens qui unissent l'horlogerie et la montagne dans une relation d'amour réciproque

208 THE GOOD HIGH TECH
Plaud Note, l'enregistreur vocal dopé à l'IA

THE GOOD VIBRATIONS

212 THE GOOD FASHION TREND
La veste polaire de Patagonia a envahi les dressings, parce que toutes les raisons sont bonnes pour se sentir bien

214 THE GOOD FASHION GUIDE
Les dix vestes techniques conçues pour la montagne qui s'adaptent très bien à la ville

216 THE GOOD FASHION CHOICE
Notre sélection de beaux objets pour célébrer les joies de l'hiver et les cimes enneigées

222 THE GOOD TRADITION
Si la cérémonie du thé, au Japon, est bien connue, l'art de l'encens mérite quant à lui d'être découvert

224 THE GOOD BOOKS
Pourvu qu'il fasse froid et pour peu qu'il y ait un foyer qui crépite… voici un peu de lecture

226 THE GOOD DESIGN
Avec les chaises de Ionna Vautrin, un nouveau patrimoine vient enrichir celui de Notre-Dame de Paris

228 THE GOOD NEW WORD
La fabrique des mots nouveaux

230 THE GOOD MANGA
Jirô Taniguchi aime la montagne, la preuve par *Le Sommet des dieux*, l'un de ses mangas les plus connus en France

236 THE GOOD AUCTIONS
Arts d'Afrique, du Pacifique et des Amériques

238 THE GOOD ADVICE
Dix choses à éviter devant un feu de cheminée…

PHOTOS : MASERATI - ROLEX - SÉBASTIEN CONORE

EXPOSITION

PARIS, CAPITALE DE LA PERLE

21 NOV. 2024
1er JUIN 2025



L'ÉCOLE des Arts Joailliers

Avec le soutien de Van Cleef & Arpels

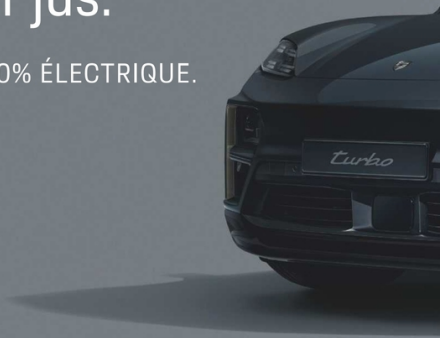
Entrée gratuite,
sur réservation
Du mardi au dimanche,
de 11h à 19h
Nocturne le jeudi

16 bis, bd Montmartre
Paris 9e

Collier « Belle Époque » à cinq rangs de perles fines, circa 1910
Collection Privée, avec l'autorisation du Albion Art Institute
© Albion Art Jewellery Institute

Porsche pur jus.

NOUVEAU MACAN 100% ÉLECTRIQUE.



PORSCHE



Macan Turbo (29/10/2024) - Valeurs WLTP: Conso. électrique combinée: de 18,9 à 20,7 kWh/ 100km. Plus d'informations sur le site www.porsche.fr. Porsche France S.A.S. RCS Nanterre B348 567 504.

Au quotidien, prenez les transports en commun #SeDéplacerMoinsPolluer

32



The Good Exhibitions
Votre agenda culturel en une dizaine d'événements à ne pas manquer.

58

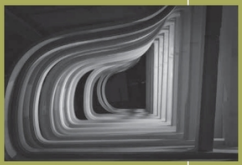


The Good Sneakers – Retro
Un modèle iconique oublié.

48



The Good Hours
Nouveautés, rééditions ou vintage incontournables.



64

The Good Factory
La technologie et l'artisanat au service de l'expérience musicale.

70



The Good Spots – Beds
Notre sélection d'hôtels pour écouter de la musique du matin au soir.

62



The Good Investment
Le business des os de dynosaures en pleine expansion : on vous dit comment investir.

The Good News

PAGES 24 – 71



PHOTO : NATALIA KHORSHAIEVA

Ceci n'est pas un homard, mais une bûche de Noël, celle du restaurant parisien La Grande Cascade. Hommage au homard bleu, plat signature de l'institution gastronomique, cette œuvre d'art pâtissière (120 €), signée Joris Vée, allie croustillant à la noisette, biscuit russe et ganache noire.



PHOTO : COMME DES GARÇONS

Tirée de la collection printemps-été 2025 de Comme des Garçons, cette silhouette disons… « meringuée » met en scène le désordre du monde, *« sans heurt, avec le naturel qui justifie toutes les extravagances »*, selon l'autrice Laurence Benaïm, fan de Rei Kawakubo, qui défie les lois du « pourquoi pas ? »



PHOTO : ANDRÉ BENZ / UNSPLASH

Le monde est blanc comme un arbre en hiver. Quand la neige s'empare de Central Park, ce lieu emblématique de l'imaginaire new-yorkais change de visage. Ici, le blanc et le silence dominent. Le rouge a toujours été la couleur de la résistance, cet arbre solitaire en est la preuve irréfutable.



PHOTO : HOLLY PAN / ASSOULINE

Il est difficile de comprendre aisément les demi-silences poétiques de la capitale historique du Japon. L'écrivain voyageur Nicolas Bouvier la trouve *« austère, élégante, mais spectrale »*. Avec talent, François Simon tente d'en cerner les mystères dans *Kyoto Serenity* (Assouline).



PHOTO : PENHALIGON'S

La coupe est pleine… de surprises ! Cette eau de parfum aux arômes discrets de rose (notes de mandarine, rose Centifolia et vanille) dissimule un caractère sensuel. Le duc est parti en balade. Sa douce épouse est en proie au désir. Qui va la libérer ? *The Coveted Duchess Rose,* Penhaligon's, 260 €.

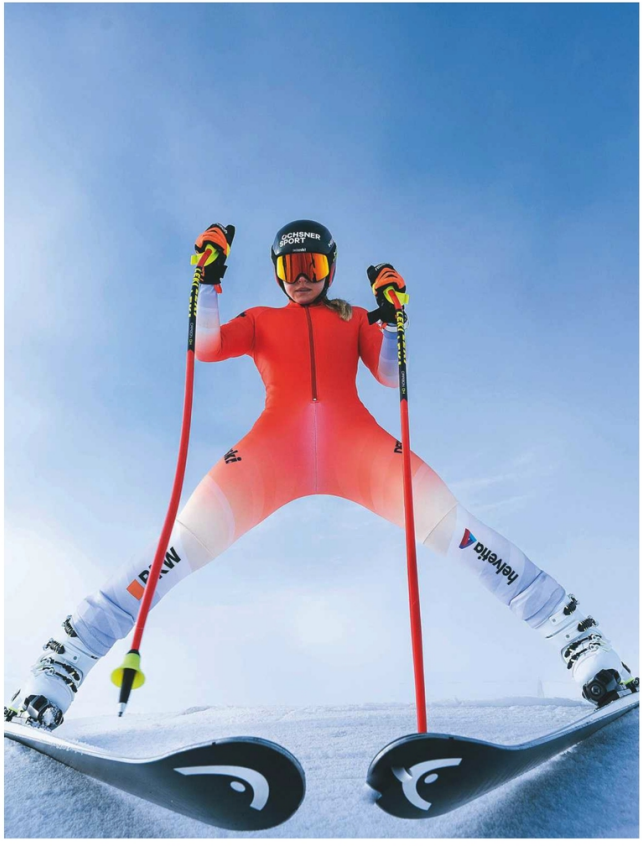


PHOTO : AMARCSTER MEDIA / HUBLOT / SDP

Attention, championne ! La Suissesse Corinne Suter a été sacrée championne du monde de descente en 2021 et a remporté le titre olympique dans la même catégorie en 2022. Douée d'une force mentale hors norme et d'une technique impeccable, elle est aussi ambassadrice de l'horloger Hublot.

Photographie

De l'hypocrisie démasquée par Cindy Sherman au quotidien d'une vie de gangster chez Letizia Battaglia, la photographie lève le voile sur notre mystérieuse part d'ombre. Seule solution : changer de planète !

PAR MAÏA MORGENSZTERN



Sans titre #462, 2007-2008, de Cindy Sherman.

ANVERS

Bas les masques

La photographe américaine Cindy Sherman inaugure sa première grande rétrospective belge au Fotomuseum (FOMU), à Anvers. Organisée de manière chronologique, l'exposition couvre trente ans de carrière en une centaine d'œuvres. Dès le début, les clés du travail de Sherman sont là. Sa poupée découpée dans du papier photo, datée de 1975, révèle un intérêt pour la mode et le déguisement comme véhicules d'une mise à nu, au sens propre comme au figuré. En parallèle, la découverte des films noirs des années 50, où les personnages féminins ont aussi peu de profondeur que l'arrière-plan sur lequel ils se trouvent, pousse l'artiste à construire des identités qu'elle capture en un seul cliché. La formule de ses portraits stéréotypés est née ! Au fil des ans, l'empreinte de Sherman dans la mode – ou son absence – jauge notre capacité d'autodérision, comme le démontre la série d'images rejetées par Dorothée Bis, alors jugées inappropriées par la marque. Pour bien comprendre la portée de cette exposition, il faut idéalement en voir deux autres, également insérées dans l'hommage de la Flandre à l'artiste James Ensor. *In Your Wildest Dreams – Ensor Beyond Impressionism*, qui se tient à quelques pas de là, au musée royal des Beaux-Arts (KMSKA), évoque l'étonnante modernité du peintre du XIXe siècle. Inspiré par Gustave Courbet et Rembrandt, l'artiste rebelle a utilisé le masque pour révéler une certaine hypocrisie latente. Pour Ensor comme pour Sherman, il ne s'agit pas de se cacher derrière un faux-semblant, mais bien de sublimer les stéréotypes d'une société parfois trop embourgeoisée pour oser se regarder honnêtement dans le miroir. Chez le premier, les protagonistes se transforment en squelettes ridicules (*Squelettes voulant se chauffer,* 1889) ; chez la seconde, les images pointent du doigt la vacuité de personnages en perpétuelle demande d'attention. Au musée de la Mode (MOMU), l'exposition *Make-Up*, sur le rôle du maquillage et du masque, utilise deux œuvres de Sherman pour souligner une obsession de l'apparence qui amplifie les imperfections jusqu'au grotesque. ***Cindy Sherman*, FOMU, jusqu'au 2 février. fomu.be**



Rosaria Schifani, veuve de Vito…, Palerme, 1992, de Letizia Battaglia.

TOURS

Faites entrer l'accusé

Amateurs de docu-séries télévisés sanguinolents, filez au château de Tours ! La journaliste reporter Letizia Battaglia, disparue en 2022, a constitué des archives riches d'un demi-million d'images qui documentent la mafia sicilienne des années 70-90. Au programme : des tranches de vie doucereuses, des scènes de crime à gogo et des regards qui font froid dans le dos. ***Letizia Battaglia*, Jeu de paume - Tours, jusqu'au 18 mai. jeudepaume.org**



Champ de blé – Une confrontation, 1982, d'Agnes Dénes.

PARIS

La main verte

C'est à des botanistes d'un genre peu commun que la Maison européenne de la photographie consacre son espace cet hiver. Des cyanotypes d'Anna Atkins aux paysages rétrofuturistes de Kalev Erickson, en passant par l'effet perturbateur du mycélium dans les tirages d'Angelika Loderer, les plantes s'invitent dans les chambres noires pour révéler une autre idée du monde. ***Science/Fiction…*, MEP, jusqu'au 19 janvier. mep-fr.org**

PHOTOS : CINDY SHERMAN / COURTESY OF THE ARTIST AND HAUSER & WIRTH – ARCHIVES LETIZIA BATTAGLIA – AGNES DÉNES / COURTESY LESLIE TONKONOW ARTWORKS + PROJECTS, NEW YORK

JOHNNIE WALKER



UN ASSEMBLAGE UNIQUE
DE SINGLE MALTS D'EXCEPTION*

*JOHNNIE WALKER BLUE LABEL (BLENDED SCOTCH) : MÉDAILLE D'OR 2023 À LA SAN FRANCISCO WORLD SPIRITS COMPETITION.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

MHD - RCS Nanterre 397 090 055 - 120 Boulevard de la Mission Marchand - 92400 Courbevoie

Art contemporain

Au Grand Palais, la beauté des œuvres de Chiharu Shiota cache de sombres secrets, tandis qu'à Munich, les propositions futuristes de Philippe Parreno plongent l'humanité dans un avenir incertain. Dans la tournemire, la Biennale de Lyon parie sur la bonté humaine. L'heure est aux questions existentielles !

PAR MAÏA MORGENSZTERN



Accumulation – En quête de la destination, 2014-2024, de Chiharu Shiota.

PARIS

Dans les filets du temps

Tel un fil d'Ariane qui guide Thésée à travers le labyrinthe du Minotaure, les installations de laine entrelacée de Chiharu Shiota évoquent une quête d'aventure et le passage du temps. Dans leurs filets, les œuvres capturent des objets empreints de poésie et de nostalgie, comme des robes de baptême d'enfants, des livres sur la mémoire et des fenêtres collectées sur des chantiers de construction dans l'ancien Berlin-Est. Pour le Grand Palais, l'artiste japonaise présente sept installations monumentales, ainsi que des photos, des dessins et des vidéos. Les souvenirs de traumatismes personnels se transforment en préoccupations universelles sur la maladie et les aléas de la vie. Au-delà de la beauté magnétique des œuvres, on voit pointer les allusions à ces thématiques douces-amères dans les barques suspendues d'*Où allons-nous ?* qui forment des ailes d'ange, ou encore dans *La Clé dans la main*, d'où jaillissent une multitude de clés dont une ouvre peut-être la porte d'un paradis perdu. Avec l'œuvre *En silence*, Shiota s'inspire d'un incendie dont elle a été témoin à l'âge de 9 ans, et qui la laisse, seule, devant un immense piano brûlé. Au musée, la salle de concert emprisonnée par une épaisse fumée noire tissée évoque un lieu vidé de son essence. Formée aux beaux-arts à l'université de Kyoto Seika et auprès de la pionnière de la performance Marina Abramović, Chiharu Shiota peine à trouver son médium, jusqu'à ce qu'elle commence à tisser une toile autour de son corps et de son lit lors de ses études en Allemagne. *« J'utilise mon œuvre pour exprimer mes émotions »*, avait déclaré l'artiste lors de l'inauguration de l'étiquette dessinée pour le premier cru classé du vin Château Mouton Rothschild 2021. L'artiste a déjà participé à plus de trois cents expositions personnelles à travers le monde. Pour cet hommage français d'envergure, elle investit 1 200 m², comme un miroir de ses sentiments, et un rappel de la fragilité de la vie.

***Chiharu Shiota, The Soul Trembles*, Grand Palais, du 11 décembre au 19 mars. grandpalais.fr**

LYON

Le cœur sur la main

Créée en 1991, la Biennale de Lyon repose sur un modèle territorial fondé sur le dialogue et l'échange avec les collectivités. La commissaire invitée cette année, Alexia Fabre (directrice des Beaux-Arts de Paris), propose à une soixantaine d'artistes d'explorer les valeurs de l'altruisme à travers le thème « Les voix des fleuves. Crossing the water ». Parmi eux, Lorraine de Sagazan transcrit des récits collectés auprès de laissés-pour-compte de la justice pour interroger les processus de réparation. Magistral. **Biennale de Lyon, jusqu'au 5 janvier. labiennaledelyon.com**



Photo du film *Le Hibou en plein jour*, 2020, de Philippe Parreno.

MUNICH

La voix de la raison

Le musée allemand donne la parole à une intelligence artificielle ! Avec *Voices*, Philippe Parreno transforme les galeries du musée en terrain de jeu sonore immersif. ØA, un nouveau langage qui mêle informations réelles et imaginaires, sert de guide. Parreno collabore aussi avec Tino Sehgal pour créer une performance où les spectateurs ont un impact direct sur leur environnement. ***Philippe Parreno, Voices*, Haus der Kunst, du 13 décembre au 25 mai. hausderkunst.de**



Sans titre (marguerite de feu), 1967, de Jannis Kounellis.

PARIS

Retour aux sources

À travers 250 œuvres historiques, *Arte Povera* revient sur un mouvement artistique majeur des années 60 en Italie. Dans une société en pleine mutation industrielle, la suite de Fibonacci en néon de Mario Merz évoque la puissance de la nature, tandis que les arbres de Giuseppe Penone retrouvent la forêt originelle. On se délecte aussi devant la sculpture en granit et salade de Giovanni Anselmo, dont la précarité est la source même de son existence. ***Arte Povera*, Bourse de commerce, jusqu'au 20 janvier. pinaultcollection.com**

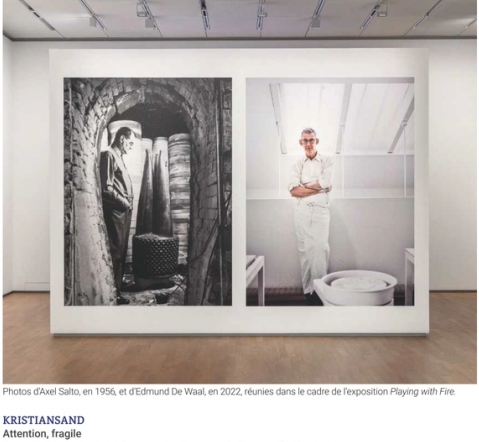
PHOTOS : KIOKU KEIZO / COURTESY MORI ART MUSEUM, TOKYO / ADAGP, PARIS, 2024 – PHILIPPE PARRENO – 11H45 / FLORENT MICHEL / JANNIS KOUNELLIS / ADAGP, PARIS, 2024


PYRENEX
MANUFACTURE DE LÉGÈRETÉ
DEPUIS 1859
" Pur duvet français "
Photo credit : Thomas Canet ©

Design, mode et tech

Cette saison, on voit les choses en grand ! Direction un musée norvégien XXL, puis Londres, où des fantômes envahissent les cieux, et retour à Paris pour prendre la mesure de bibis surdimensionnés qui font tourner les têtes.

PAR MAÏA MORGENSZTERN



Photos d'Axel Salto, en 1956, et d'Edmund De Waal, en 2022, réunies dans le cadre de l'exposition *Playing with Fire*.

KRISTIANSAND

Attention, fragile

Pour ses premiers pas en Norvège, l'artiste anglais Edmund De Waal trouve sa juste place sur l'île d'Odderøya, au Kunstsilo, dans une ancienne usine de stockage de céréales récemment transformée en musée. À la fois commissaire de l'exposition et artiste exposé, De Waal établit un dialogue entre ses pièces de céramique et celles de la légende danoise du genre, Axel Salto (1889-1961). Pour monter cette exposition, De Waal, qui avait déjà écrit sur Salto par le passé, s'est replongé dans une iconographie riche de formes protubérantes parfois extravagantes, preuves de l'inventivité et de la technique inégalables de Salto. L'exposition revient aussi sur la passion de ce dernier pour les imprimés, le textile, la gravure sur bois, la peinture et l'illustration, dans un espace organisé dans une immense structure en béton à la hauteur vertigineuse. Les nombreuses pièces exposées, issues de la collection Tangen, du Kunstsilo – la plus grande collection d'art moderniste nordique – affirment au passage le rôle de l'institution dans la préservation de la culture et des savoir-faire de la région. La conversation imaginaire entre les deux artistes culmine avec une structure cubique noire, qui contient les créations de Salto, et un espace cubique blanc, qui abrite la collection de récipients qu'Edmund De Waal a produits dans son atelier de Londres. Fil rouge de *Playing with Fire* et thème sous-jacent de cette sublime présentation, De Waal évoque l'idée qu'« *Axel Salto est le seul potier* [à sa connaissance] *à avoir écrit sur l'anxiété* ». Un sujet cher à l'artiste anglais, dont le livre-documentaire *Le Lièvre aux yeux d'ambre* (2010) aborde les horreurs perpétrées par le régime nazi contre sa famille, les célèbres Ephrussi. Fasciné par le processus de transformation de la matière, Edmund De Waal a donné vie à des objets d'une infinie délicatesse, témoins de l'impermanence et de la fragilité du monde. À Kristiansand, les poteries sont ainsi exposées à nu, sans cloche de protection.
***Playing with Fire,* Kunstsilo, jusqu'au 2 mars. kunstsilo.no**



Sans titre (Edward aux mains d'argent), 1990, de Tim Burton.

LONDRES

Beetlejuice, trois fois !

De *Batman* à *Edward aux mains d'argent*, en passant par *Beetlejuice* et *L'Étrange Noël de monsieur Jack*, le musée du Design de Londres lève le voile sur la créativité débridée du maître de l'esthétique gothique loufoque, Tim Burton. Au programme, plus de cinq cents croquis, accessoires, costumes de films et produits dérivés qui ont marqué sa carrière.
***The World Of Tim Burton,* Design Museum, jusqu'au 21 avril. designmuseum.org**



Portrait de Stephen Jones, 2024.

PARIS

Chef de file

Icône incontestée des têtes couronnées et des grands de ce monde, le chapelier fou britannique fait son entrée dans le gotha de la mode grâce à Boy George, dans les années 80. L'exposition retrace le parcours du plus parisien des créateurs anglais en 170 chapeaux.
***Stephen Jones, Chapeaux d'artiste,* Palais Galliera, jusqu'au 16 mars. palaisgalliera.paris.fr**

PHOTOS : TOR SIMEN ULSTEIN / KUNSTSILO ; © 20TH CENTURY STUDIOS, INC. 1990 – KOITO BOLOFO

CHAMPAGNE

BOLLINGER

MAISON FONDÉE EN 1829



Une robe dorée qui révèle son assemblage à dominante de Pinot Noir.
Une complexité aromatique unique magnifiée par les vins de réserve conservés en magnums plus de 7 années.

Special Cuvée - Avant tout, un grand Vin.

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Arts ancien & moderne

Cent ans de surréalisme, deux cents ans de National Gallery, vingt ans de hangar Pirelli HangarBicocca… Trois anniversaires et autant de belles expositions à voir pour fêter ça !

PAR MAÏA MORGENSZTERN



Nature dans la lumière de l'aube, 1936, de Max Ernst.

PARIS

Neurologie d'un rêve

Pour fêter les 100 ans du surréalisme, le Centre Pompidou monte une exposition d'envergure dont la scénographie est inspirée par le labyrinthe, un emblème cher à Marcel Duchamp. Surréalisme oblige, l'exposition ouvre sur le cœur du dédale. Tel un sésame, on découvre le manuscrit original du *Manifeste du surréalisme* d'André Breton, dont les appels à l'émerveillement continuent de provoquer les plus folles des réponses. La voix d'André Breton, reconstituée par clonage vocal grâce à l'intelligence artificielle, guide les visiteurs vers le reste du parcours. La section « Entrée des médiums » ouvre le bal, avec des exemples d'écriture automatique déclinés sous forme plastique. L'espace consacré aux « Monstres politiques » répond à l'injonction de Rimbaud de changer la vie et à celle de Karl Marx de transformer le monde. Un engagement qui pousse certains artistes vers le communisme, à travers la dénonciation des velléités coloniales de la France au Maroc en 1925. Au-delà d'une simple rétrospective, le musée propose de repousser le cadre historique du mouvement à 1969 (plutôt que 1940), date de sa dissolution officielle. Le rôle des femmes artistes, comme Leonora Carrington ou Suzanne Van Damme, a aussi été revu, ainsi que la portée géographique des préceptes d'une pensée libérée de la raison, que l'on retrouve jusqu'au Maghreb et en Asie. On croise aussi les chefs-d'œuvre du genre, où les énigmes sexuées du *Grand Masturbateur,* de Dalí, envahissent les rêves éveillés, tandis que *L'Empire des Lumières,* de Magritte, éclaire faiblement un monde assombri par une bêtise humaine qui empêche la vérité de percer. On quitte les lieux sur un chapitre consacré au cosmos, qui prône une harmonie entre l'homme et la nature. Et si tout cela n'était qu'un rêve ? ***Surréalisme,*** **Centre Pompidou, jusqu'au 13 janvier. centrepompidou.fr**

LONDRES

Starry Starry Night

Pour fêter son bicentenaire, la National Gallery présente le travail de Vincent Van Gogh dans une mise en scène qui rend presque palpables les coups de pinceau agités du maître. Imaginée autour des dernières années du peintre, l'exposition réunit des chefs-d'œuvre comme *La Nuit étoilée* dans une proposition aussi majestueuse et déchirante que la complainte de Don McLean sur le travail du peintre néerlandais. Immanquable. ***Van Gogh: Poets and Lovers,*** **National Gallery, jusqu'au 19 janvier. nationalgallery.org.uk**



Vierge à l'Enfant, ca. 1290-1300, de Duccio di Buoninsegna.

NEW YORK

Mise en perspective

Grande rivale de Florence au Trecento, la ville de Sienne, florissante, précipite la société occidentale dans la Renaissance. Le MET souligne l'ingéniosité d'artistes comme Duccio, Simone Martini et les frères Lorenzetti, qui assouplissent les codes du style byzantin et s'inspirent des règles de la perspective pour mieux sublimer le divin… Avant que la région ne tombe dans l'effroi, décimée par la peste noire. ***Siena, The Rise of Painting, 1300-1350,*** **The MET, jusqu'au 26 janvier. metmuseum.org.**



Vue de l'installation *Requiem pour une feuille morte,* 1967, de Jean Tinguely.

MILAN

Artiste ferrailleur

L'ancienne usine milanaise devenue lieu d'art fête ses 20 ans avec une rétrospective majeure consacrée à Jean Tinguely (1925-1991). Pionnier de l'art cinétique, l'inventeur suisse a fusionné des matériaux industriels avec des mécanismes complexes, pour libérer les machines de la tyrannie utilitaire. ***Jean Tinguely,*** **Pirelli HangarBicocca, jusqu'au 2 fév. pirellihangarbicocca.org**

PHOTOS : BPK, BERLIN, DIST. RMN-GRAND PALAIS / IMAGE STUDIO, MUSEUM / ADAGP, PARIS, 2024 – ISABELLA STEWART GARDNER MUSEUM, BOSTON, 2016 – SIAE, 2024 / PHOTO RENÉ BURRI

INTERWOVEN STORIES,
FIFTY YEARS
IN THE MAKING.*



THE BALVENIE FIFTY COLLECTION

THE BALVENIE®
SINGLE MALT SCOTCH WHISKY

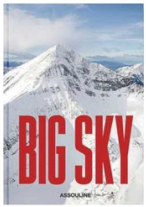
**The Balvenie Fifty Collection témoigne de cinquante ans d'histoires et savoir-faire entrelacés au sein de la distillerie.*

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

À vos marques, prêts, skiez !

Petite sélection pour vous distinguer avec chic et sobriété, aussi bien sur les pistes que sur les terrasses d'altitude.

SÉLECTION PAR AMBRE SAVAGNAC



1



2



3



4 5 6

7



8



9



10



11



12



13



14



15

PHOTOS: SBP

01. Livre *Big Sky.* **Assouline, 60 €.**
02. Masque de ski avec double lentille haute et faible luminosité. **Dior x Lewis Hamilton x POC, 890 €.**
03. Gourde isotherme *Steel The Journey,* en acier. **Monbento, 36 €.**
04. Skis *Octo,* en bois stratifié et fibre de verre. **Black Crows, 799 €.**
05. Bâtons de ski télescopiques *Off Piste,* en carbone et poignées en cuir. **Hermès, 1 900 €.**
06. Pantalon de ski *Powder Town,* en polyester déperlant recyclé. **Patagonia, 270 €.**
07. Doudoune de ski *Extra Warm,* en polyamide, garnie de duvet et plumes de canard. **Colmar, 619 €.**
08. Balise compacte de communication par satellite *inReach Mini 2.* **Garmin, 300 €.**
09. Gant *Sheen,* en cuir. **Lacroix, 230 €.**
10. Chaussure de ski de piste *S/Pro Alpha 100,* en polyuréthane. **Salomon, 400 €.**
11. Casque de ski *Allspeed Visor Impacts,* à visière photochromique strato. **Rossignol, 260 €.**
12. Gel solaire SPF 50 *The One,* 50 ml. **Allies Of Skin, 50 €.**
13. Montre *Clubmaster Legend Petite Seconde,* boîtier de 39 mm et bracelet en acier, mouvement mécanique à remontage automatique, réserve de marche de 42 h. **Briston, 690 €.**
14. Sac à dos *Sibu Rolltop Rucksack,* en polyester. **Rains, 135 €.**
15. Tour de cou *Rho,* en micropolaire de polyester. **Arc'teryx, 40 €.**

LES ARCS
Paradiski

If you wanna be my lover, you gotta take the train.

Vous connaissez la chanson.
Voici le nouveau refrain
pour partir à la montagne.

Les Arcs, c'est la seule destination française **accessible en train et funiculaire.** De quoi être moins stressé, moins fatigué et même réduire votre empreinte carbone. On vous voit en gare bientôt ?
Billet funiculaire offert pour tous les voyageurs arrivés en train.

FLOCON VERT

Ceci est un extrait parodié de la chanson «Wannabee» interprété par les Spice Girls.

Bienvenue au gîte !

Vous voilà arrivés au sommet et ce n'est pas le moment de lâcher le haut du pavé. Le style, le style, le style…

SÉLECTION PAR AMBRE SAVAGNAC



1



2



3



4



5



6



7



8



10



9



11



12



13



14

PHOTOS : SDP

01. Livre *Histoires de chalets*. **Glénat, 36 €.**
02. Sweat-shirt en polaire sherpa. **Woolrich x Todd Snyder, 275 €.**
03. Doudoune en mélange de Nylon recyclé. **Paul Smith, 1 055 €.**
04. Bonnet en laine. **Missoni sur MrPorter.com, 650 €.**
05. Pantalon plissé *MC March*, en polyester. **Homme Plissé Issey Miyake, 450 €.**
06. Montre *Tambour*, boîtier de 40 mm et bracelet en acier, mouvement mécanique à remontage automatique, réserve de marche de 50 h. **Louis Vuitton, 20 900 €.**
07. Chaussettes en cachemire. **Guest In Residence, 110 €.**
08. Lunettes de soleil *Challenger*, en acétate. **Jacques Marie Mage, 820 €.**
09. Bottine *Avoriaz*, en cuir et velours. **Paraboot, 525 €.**
10. Extrait de parfum *Toi Toi Toi*, 50 ml. **Ormaie, 225 €.**
11. Gant *Boladen*, en cuir nubuck. **Stetson, 119 €.**
12. Écharpe en cachemire. **Gobi, 129 €.**
13. Tabouret outdoor *Fanes*, en chêne, empiècements en cuir et coussin en tissu technique. **Loro Piana, 2 800 €.**
14. Tote bag brodé *Happy Holiday*, en toile. **Montblanc, 1 300 €.**



Le temps de vivre

Modèle porté :
Yema

Modèles présentés :
Hegid, Ralf Tech, Reservoir

Agence : Les Gens Et Vous

LE COLLECTIF

MONTRES

À LA FRANÇAISE

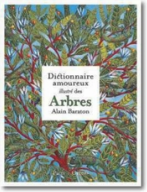
FRANCÉCLAT

DÉCOUVREZ PLUS DE 65 MARQUES FRANÇAISES SUR MONTRESALAFRANCAISE.FR

Et hop, aux champignons !

Ah ! la campagne et ses sols riches en matières organiques… Ni une ni deux, on s'équipe, et à nous l'aventure mycologique !

SÉLECTION PAR AMBRE SAVAGNAC



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14

PHOTOS : SDP

01. Livre *Dictionnaire amoureux illustré des arbres*. **Alain Baraton chez Plon Gründ, 35 €.**
02. Lunettes de soleil *Burlington*, en métal. **Michael Kors, 190 €.**
03. Bonnet *Allen*, en laine et cachemire. **A Kind of Guise, 140 €.**
04. Gants matelassés *Chichester*, en agneau nappa patiné, intérieur en cachemire et boutons en nickel gravé. **Christophe Fenwick, 450 €.**
05. Blouson matelassé *Cosmo*, en polyamide déperlant, coton et empiècements en cuir de mouton. **Chevignon, 690 €.**
06. Veste matelassée sans manches, en polyamide, rembourrée de duvet et de plumes. **Herno, 745 €.**
07. Pull côtelé à col roulé *Boatbuilder*, en laine mérinos et cachemire. **Inis Meáin sur MrPorter.com, 655 €.**
08. Bottes à lacets *Newick*, en cuir de vachette. **Church's, 1 090 €.**
09. Vélo pliant *G Line*, en acier. **Brompton, à partir de 3 079 €.**
10. Couteau à champignon, en acier inoxydable et noyer. **Opinel x Forét, 69 €.**
11. Pantalon de pyjama *Andrews*, en coton **Mr Marvis, 99 €.**
12. Bouteille de FWT 585 – cabernet sauvignon, petit verdot, verlot –, 750 ml. **Penfold's, 75 €.**
13. Montre *Multifort TV 35*, boîtier carré de 35 x 34,2 mm et bracelet en acier, mouvement mécanique à remontage automatique, réserve de marche de 72 heures. **Mido, 1 200 €.**
14. Sac de voyage *Harvard*, en cuir. **Slowear, 485 €.**



Amélie, Louis et Christophe, tonneliers chez François Frères
modèles Chambord foulonné bordeaux, Avoriaz nubuck gingo et Villandry lisse écorce

www.paraboot.com

Petits vaux et Grandes Jorasses

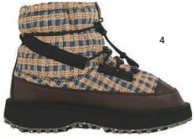
Bien plus qu'en plaine, il convient de se chausser solide et léger dès lors que l'envie de gravir les sommets nous saisit.

SÉLECTION PAR AMBRE SAVAGNAC


1


2


3


4


5


6

01. Bottines *Clafton*, en daim de vachette, semelle en caoutchouc et doublure en laine. **Gant, 170 €.**
02. Bottines *Ronnie Fieg*, avec tige en Nylon, col en cuir, empiècements en daim de vachette et semelle en caoutchouc. **KITH x Vasque Skywalk GTX, 210 €.**
03. Bottines BOWER-TRab-ECO, avec tige en tissu et perles, semelle en caoutchouc. **Suicoke x Story MFG, 340 €.**
04. Bottines *City Hiking*, en cuirs de veau et d'agneau et polyamide. **Woolrich x Todd Snyder, 575 €.**
05. Bottes Caribou, avec tige en cuir nubuck, intérieur en feutre et polaire, semelle en caoutchouc. **Sorel , 185 €.**
06. Bottes *Icon*, en feutre, semelle en thermoplastique et caoutchouc. **Moon Boot, 245 €.**
07. Bottines Mountain Light, en cuir et caoutchouc. **Danner, 445 €.**
08. Bottines en daim et caoutchouc. **MR P. x Diemme sur MrPorter. com, 410 €.**
09. Bottes *Trailgrip GTX*, avec tige en ripstop et Gore-Tex, semelle en caoutchouc. **Moncler, 660 €.**
10. Bottines *Imbattable*, en cuir et caoutchouc. **Paraboot x Agnès b., 495 €.**


7


8


9


10

PHOTOS: SDP



Excellence Française

MAISON FAMILIALE ET INDÉPENDANTE
La plus ancienne Maison de Vins de la Champagne : Aÿ 1584

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Patek Philippe, la tête au carré

Il faut attendre tous les vingt-cinq ans pour voir émerger une nouvelle collection chez Patek Philippe. La présentation de la montre *Cubitus*, à l'automne, a donc naturellement provoqué un petit séisme chez les aficionados de la marque. Et ils sont nombreux. Alors, on en pense quoi ?

PAR PAUL MIQUEL



1



2

***« J'ai toujours voulu** faire une montre carrée,* explique Thierry Stern, le président de Patek Philippe. *Je savais bien que ce serait un défi, parce que 85 % des montres qui se vendent sont des montres rondes. Dès le départ, je la voyais plutôt comme une pièce un peu plus sportive que classique. C'est une vision que j'avais déjà il y a plus de quinze ans et, chaque fois, on me disait "ce n'est pas le moment, on verra plus tard". Puis je suis devenu président et j'ai pu dire : "Maintenant, je la fais !" »* L'idée est partie comme ça, d'une envie. Il y a quatre ans, le patron de Patek Philippe demande à ses équipes de travailler sur une montre carrée. Son nom sera *Cubitus.* Point barre. *« En fait, ce nom, je l'avais avant de poser le premier coup de crayon,* signale Thierry Stern. *Pourquoi ? Franchement, il m'est venu comme ça, parce que, dans ma tête, je me disais "Cubitus, ça sonne bien en français, c'est parfait en anglais, c'est parfait dans toutes les langues !" »* Il se plonge alors dans le tableau des développements de mouvements qui va jusqu'en… 2039 et trouve le calibre idoine : une grande date centrale (pourvue de deux disques sur le même niveau) avec phases de Lune et jour instantanés, ainsi qu'une petite seconde. *« Très vite, nous nous sommes dit "elle n'est pas mal du tout, cette pièce",* poursuit Thierry Stern. *Nous sommes arrivés avec cette taille de 45 mm, de 10 heures à 4 heures. Le mouvement était superplat, la boîte a été réduite à 9,6 mm d'épaisseur, ce qui est totalement dans les codes de ce que je voulais faire. Et quand je l'ai mise à mon poignet, je me suis rendu compte qu'elle se posait vraiment bien. »*

Un modèle qui fera date

Plus qu'une énième actualité horlogère, la création d'une nouvelle collection est un événement rarissime chez Patek Philippe, qui cultive l'art de la discrétion. Ainsi, les nouvelles montres naissent à peu près tous les vingt-cinq ans. Les deux derniers lancements mondiaux ont eu lieu en 1997, avec l'*Aquanaut*, et en 1999, avec la *Twenty-4*. Le dévoilement de la nouvelle *Cubitus*, lancée en grande pompe à Munich en octobre dernier, en présence de 600 invités VIP triés sur le volet, est donc à ranger parmi les hauts faits de la manufacture genevoise… même si la nouvelle avait fuité quelques jours auparavant, à cause du magazine *Fortune* qui l'avait publiée en avance. Cette montre de forme – sport chic et carrée – est donc le bébé de Thierry Stern qui, pour l'occasion, était accompagné de son fils Adrien, en stage de formation. Un signe fort pour ceux qui pensent que la famille Stern songerait à vendre prochainement la poule aux œufs d'or à un grand groupe de luxe. Alors, cette *Cubitus* ? Rarement une montre n'avait autant fait parler d'elle, déchaînant les passions sur les réseaux sociaux. Certains l'adorent, d'autres la détestent… comme la *Code 11:59* d'Audemars Piguet ou, lors de son lancement, dans les années 60, le chronographe *Daytona* de Rolex. La *Cubitus*, c'est un mix d'*Aquanaut* et de *Nautilus* au format carré. Une pièce de 45 mm de diagonale, mais très ergonomique au poignet. Avec son boîtier carré aux angles arrondis à la géométrie inédite, elle marque une nouvelle étape dans la stratégie de la manufacture, qui souhaite rajeunir sa clientèle et davantage inscrire ses produits dans l'époque. Les trois premiers modèles dévoilés ? La *Cubitus Grande Date, Jour et Phases de Lune Instantanés*, référence 5822P-001, en platine (87 700 €), la *Cubitus*, référence 5821/1AR-001, en acier et or rose (60 800 €) et la *Cubitus*, référence 5821/1A-001 (40 900 €), en acier. La référence 5822P-001, avec son nouveau calibre 240 PS CI J LU à remontage automatique (six demandes de brevets en cours), est la grande star de la famille *Cubitus*, qui va continuer de faire parler d'elle car, très rapidement, elle devrait s'enrichir de nouvelles évolutions. À suivre. ■

1. et 2. *Cubitus Grande Date, Jour et Phases de Lune*, boîtier de 45 mm de diagonale en platine, mouvement mécanique à remontage automatique, bracelet en matériau composite avec boucle déployante en platine, étanche à 30 m, 87 700 €.

PHOTOS : JEAN-DANIEL MEYER

BARTENDER, MOORE, RAY MARTELL, LEGEND'S LOUNGE
BARTENDER, MAKULOVA, ADELE, VALBELLA RESTAURANT

ST-GERMAIN

SPRITZ

GOÛTEZ À LA DOUCEUR



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

Breguet Type XX, le chrono préféré des pilotes de l'air

La manufacture est connue pour ses modèles de haute horlogerie. Mais Breguet, c'est aussi la *Type XX,* montre sport chic très liée à la conquête des airs. Une variante civile en or rose vient d'enrichir la quatrième génération, débarquée en 2023.

PAR NICOLAS DEMBREVILLE

1



On dit de Breguet, qu'elle est la marque qui a tout inventé en horlogerie. Abraham-Louis Breguet, son fondateur, est en effet à l'origine de bon nombre d'avancées technologiques : du tourbillon, de la montre monoaiguille (1796), de la montre bracelet (1812), de la montre automatique ou encore de l'échappement à force constante… N'en jetez plus ! Le nom de Breguet est également intimement lié au monde de l'aviation. Dès le début du XXe siècle, la manufacture développe différents outils de mesure du temps pour pilotes. Certains mécanismes de chronographes maison sont notamment vissés sur les tableaux de bord des aéroplanes de l'époque. Ces pièces répondent à une véritable demande. Ainsi, dès 1918, la manufacture livre des instruments à l'aviation américaine et, en 1922, à la Société anonyme des ateliers d'aviation Louis Breguet, fondée par l'arrière-arrière-petit-fils de l'horloger. À partir de 1935, la maison suisse réalise ses premiers chronographes de poignet, destinés aux pilotes de l'aviation civile et militaire. Breguet s'investit plus fortement encore sur le secteur de l'aviation, au cours des années 50.

La *Type XX,* montre de bord

Le chronographe *Type XX* est lancé en 1953. Il répond à l'appel d'offre lancé par le ministère français de la Défense, concernant le développement d'une montre pour l'armée de l'Air française. Les pièces candidates sont réunies sous le label générique *Type XX.* Elles sont l'œuvres de Vixa, Dodane, Auricoste, Airain, Chronofixe… Les lauréates équiperont l'armée de l'Air et le Centre d'essai en vol, mais aussi les forces aéronavales françaises. Breguet est notamment retenu. La maison lance alors la production de son chronographe *Type XX,* dont environ 2 000 exemplaires sont livrés pour honorer la commande de l'armée de l'Air, mais aussi de l'Aéronautique navale françaises. Le contrat pour ces deux armes va perdurer jusqu'au début des années 80. En 1956, les exigences évoluent. Les militaires demandent, notamment, la présence d'un mouvement automatique, d'une fonction flyback et d'une réserve de marche de 35 heures minimum. Bien sûr, Breguet comme ses concurrents adaptent leurs modèles à ces nouvelles exigences.

Une quatrième génération

En 1999, la manufacture horlogère Breguet est intégrée au Swatch Group, dont elle devient l'un des fleurons. Elle poursuit, bien entendu, le développement de sa ligne *Type XX,* dont la quatrième génération est apparue en juin 2023. Cette nouvelle collection vient d'accueillir une version civile plus noble, avec un boîtier de 42 mm en or rose. Cette pièce rend hommage aux très rares modèles historiques en or apparus dès 1955. Elle adopte en outre la première lunette bidirectionnelle en céramique maison. Cette *Type XX* constitue alors une interprétation luxueuse de la montre de pilote. Son cadran soleillé offre une lisibilité maximale et sa lunette cannelée est facile à manipuler. Petite originalité, la taille des trois compteurs du cadran diffère pour une lecture plus dynamique. Elle est animée par le calibre chronographe 728, à fonction flyback. L'ensemble est présenté dans un écrin en cuir rappelant le profil d'une aile d'avion. Cette *Type XX* en or, matériau précieux, s'adresse avant tout aux élégants. On peut parfaitement se l'offrir (41 100 euros quand même) sans disposer pour autant d'un aéroplane. ■

2



1. Breguet, une histoire de montres depuis le XVIIIe siècle jusqu'à l'aéronautique et au-delà.
3. La *Type XX* en or rose et céramique.

PHOTOS : SSIP / ARCHIVES BREGUET

SEBAGO®

PORTLAND ⋆ MAINE ⋆ USA

Née dans le Maine, aux États-Unis, en 1946, la Sebago® Moc Company a été fondée dans un seul but : répondre aux besoins des gentlemans en matière de chaussures et de vêtements contemporains de qualité.



sebago.fr



1



2

Jaeger-LeCoultre, un voyage à Venise

La 3e biennale Homo Faber, qui s'est tenue en septembre dernier à Venise, a exposé 800 merveilleux objets d'artisanat d'exception. Jaeger-LeCoultre a profité de l'événement pour présenter une série de trois montres, en hommage à Claude Monet.

PAR NICOLAS DEMBREVILLE

C'est pour transmettre les gestes et techniques de l'artisanat d'art que la Fondation Michel-Ange a créé Homo Faber. La troisième édition de cette biennale s'est tenue à Venise sur la petite île de San Giorgio Maggiore, avec vue sur l'embouchure du Grand Canal, d'un côté, et sur la place Saint-Marc, de l'autre. Sur place, c'est la Fondation Giorgio-Cini qui accueillait l'exposition au sein d'un vaste monastère aux frais jardins verdoyants. Homo Faber 2024 a réuni 800 créations de 400 artisans d'exception, issus de 70 pays et de tous les continents. « Le meilleur de chaque discipline par les meilleurs », serait-on tenté de dire, tant les œuvres et objets exposés étaient d'un niveau élevé. La présentation des pièces, imaginée avec subtilité, goût et même parfois une petite pointe d'humour, participait aussi au ravissement des visiteurs. La direction artistique avait été confiée au célèbre réalisateur et architecte d'intérieur Luca Guadagnino et à l'architecte Nicolò Rosmarini. Une quinzaine de maisons, dont Chanel, Lesage ou Santoni, étaient présentes ; elles n'ont eu qu'à opter pour un thème en correspondance avec le message choisi pour l'occasion : « The Journey of Life ». La haute horlogerie est bien sûr représentée, notamment avec Piaget, Breguet, Van Cleef & Arpels ou encore IWC et… Jaeger-LeCoultre.

Des montres hommage

La manufacture suisse ajoute à sa participation le lancement de la collection *Reverso Tribute Enamel*. Il s'agit de trois montres limitées à 10 exemplaires chacune, inspirées par les tableaux de Claude Monet sur le thème de Venise. La maison helvète a pris l'habitude de livrer le fond de cette montre acrobatique, qui peut se retourner à l'envi, à ses experts en métiers d'art. Ils y appliquent notamment des reproductions miniaturisées de maîtres comme Hokusai, Mondrian, Klimt, Rembrandt ou Mucha… Cette fois, les trois *Reverso* de cette famille *Tribute Enamel* accueillent sur leur fond de boîtier une reproduction miniature en émail d'une peinture vénitienne de Claude Monet. En 1908, le peintre découvre avec émerveillement la Cité des Doges et sa lumière extraordinaire. En dix semaines, il va y peindre 37 toiles. Déjà âgé à cette époque, l'artiste se déplace difficilement. Il va transformer sa chambre de l'hôtel Britannia (aujourd'hui The St. Regis Venice) en poste d'observation stratégique. Son balcon donne sur le Grand Canal. L'une de ces œuvres, dénommée *Saint-Georges-Majeur*, a justement pour thème l'église installée sur l'île où se déroule Homo Faber… Les célèbres peintures du maître impressionniste sont transposées ici sur une petite surface de quelques centimètres carrés. Pour les talentueux émailleurs de la maison suisse, le défi consiste à reproduire la technique de Monet sur un support 40 fois plus petit, en rendant au mieux les effets d'empâtement propres au peintre et plus encore en captant la lumière qui se dégage de ses tableaux vénitiens. Pour ce faire, ils ont appliqué jusqu'à quatorze couches successives d'émail et pratiqué autant de phases de cuissons différentes. Éditées à dix exemplaires chacune, ces montres d'exception sont très recherchées des collectionneurs, qui acquièrent souvent le trio complet. ■

LA REVERSO EN DATES

- **1931 :** lancement de la *Reverso*, de style Art déco, équipée d'un système de retournement « acrobatique ».
- **1991 :** la *Reverso* reçoit ses premières complications – réserve de marche et date à aiguille.
- **1993 :** *Reverso Tourbillon*.
- **1994 :** *Reverso Répétition Minutes* et *Reverso Duoface GMT*.
- **1996 :** *Reverso Chronographe*. Ouverture de l'atelier Métiers d'art.
- **2000 :** *Reverso Quantième Perpétuel*.
- **2006 :** naissance de la *Reverso Squadra*, carrée, et de la *Reverso Grande Complication* à triptyque.
- **2008 :** *Reverso Squadra Lady*. La *Reverso* s'habille de céramique.
- **2011 :** lancement de la *Grande Reverso Ultra Thin* extraplate.
- **2014 :** *Reverso* à remontage automatique.

1. et 2. *Reverso Tribute Enamel Monet, « The Doge's Palace »*, boîtier de 45,6 x 27,4 mm en or blanc, bracelet en alligator, étanche à 30 m, prix sur demande.

PHOTOS: SBP

Henry Jacques

HAUTE PARFUMERIE **VIVANTE**



In All Intimacy

HERON & SABRINA

Le parfum est une histoire

2 AVENUE MONTAIGNE

Richard Mille RM 65-01 McLaren W1, l'hyperwatch

Inspirée par la nouvelle supercar du constructeur britannique, la *RM 65-01 McLaren W1* est un concentré de technologie associé à un design renversant. Tout y est, et même davantage.

PAR FRÉDÉRIC BRUN



1

Élever la performance dans tous les domaines en augmentant la performance de tous les aspects de la machine est le mantra partagé par Richard Mille et McLaren. Liées par une même philosophie, les deux maisons indépendantes et partenaires ouvrent aujourd'hui le quatrième chapitre de leur collaboration avec la *RM 65-01 McLaren W1*. Par bien des aspects, cette montre spectaculaire dans sa livrée orange – couleur fétiche de l'écurie – est un prolongement direct de la supercar W1, équipée d'un V8 MHP-8 inédit développant 928 ch et accompagné d'un module électrique de 347 ch. La puissance globale est de 1 275 ch. Il fallait bien un chronographe « split-seconds » embarquant un mouvement automatique à haute fréquence (5Hz), le calibre RMAC4, pour en faire le pendant. Parmi les analogies, on citera le sélecteur de fonctions de la *RM 65-01*, qui n'est pas sans évoquer, par son efficacité, la nouvelle boîte de vitesses automatique à huit rapports et le double embrayage de la W1. Ce sélecteur permet de remonter le mouvement en le positionnant sur W (pour *« winding »*, le remontage), de corriger la date en pointant le D et d'ajuster l'heure sur le cran H. À noter également, l'astucieux et original système de poussoir permettant un remontage rapide de la pièce pour délivrer, en quelques clics, 60 heures de réserve de marche. *« Le mécanisme de remontage rapide a été développé pour compléter le remontage automatique et celui effectué avec la couronne. Il permet un réarmement rapide du barillet en cas d'arrêt de la montre ou si celle-ci n'a pas été portée depuis longtemps. Cette fonction très pratique, également qualifiée de "joueuse" par les ingénieurs Richard Mille, a été particulièrement difficile à mettre au point, étant donné sa prise directe sur un niveau de couple élevé. Une fonction activée des milliers de fois en phase test de vieillissement »*, précise la maison horlogère.

La quintessence de la forme

La construction des deux machines est aussi très proche. Les courbes du boîtier trouvent naturellement leur origine dans les lignes fluides et aérodynamiques de la voiture, vue du dessus. Cette position en surplomb permet une extrapolation du design au profit de la quintessence de la forme pure. Pour cette nouvelle *RM 65-01*, les équipes de Julien Boillat, directeur technique habillage, et de Salvador Arbona, directeur technique mouvement, ont travaillé de concert à des solutions inédites. Ainsi, le boîtier en carbone TPT est supporté par une structure en titane grade 5, dont les finitions satinées et polies apportent de la lumière et viennent souligner le profil de la montre. Ultrafin et très complexe à façonner, ce composant technique a nécessité neuf mois de développement et de nombreux prototypes. Ce petit trait métallique rappelle la matérialisation de l'écoulement des flux d'air sur les flancs de la McLaren W1. Outre l'aileron arrière mobile ou le volet avant dynamique, qui ne sont pas sans correspondance avec le système de balancier haute fréquence à inertie variable du mouvement automatique, les ingénieurs ont aussi développé une nouvelle approche en la matière pour accentuer les bénéfices de la force du vent sur la carrosserie. Pour libérer le passage d'air au niveau des roues, il leur a fallu concevoir une suspension inédite, par l'intérieur du train roulant. Cette innovation a influencé les développeurs horlogers de Richard Mille, et le mouvement de la montre est désormais soutenu par un dispositif d'amortissement interne avec des coussinets d'absorption des chocs et des vibrations. S'il n'y aura que 399 McLaren W1, le nouveau chronographe de Richard Mille sera produit à 500 pièces. Décoiffant. ■

FICHE TECHNIQUE

- **Modèle :** *RM 65-01 McLaren W1*, chronographe à rattrapante à remontage automatique.
- **Carrosserie :** boîtier carbone TPT.
- **Dimensions :** 43,84 x 49,94 x 16,19 mm.
- **Motorisation :** mouvement mécanique à remontage automatique, calibre manufacture Richard Mille RMAC4.
- **Spécificités notables :** chronographe à rattrapante par roue à 6 colonnes ; sélecteur de fonctions ; affichage de la date semi-instantané (guichet vertical à 11 heures) ; mécanisme de remontage rapide ; balancier haute fréquence à inertie variable (5 Hz, soit 36 000 alternances par heure) ; rotor à géométrie variable ; barillet à rotation rapide (un tour en 5,5 heures au lieu de 7,5 heures).
- **Autonomie :** 60 heures de réserve de marche.
- **Équipements :** bracelet en caoutchouc orange ou noir.
- **Production :** 500 exemplaires.
- **Prix de vente :** sur demande, selon les pays (320 000 CHF en Suisse).

1. *RM 65-01* et son bracelet orange papaye, la couleur de McLaren (existe aussi en noir).

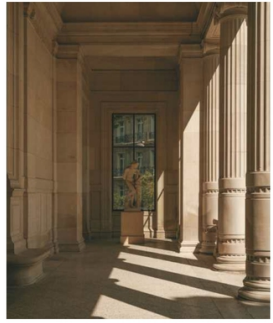
PHOTO : PHILIPPE LOUZON, 2023

ARCHIK

IMMOBILIER & ARCHITECTURE

/ Agence immobilière & d'architecture qui prône l'Art d'Habiter







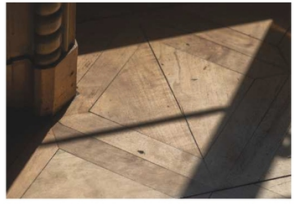
ALLIAGE *1 150 000 €*

MARSEILLE 7ÈME | Bompard



VANILLE NOIRE *1 050 000 €*

PARIS 10ÈME | Canal Saint-Martin





NOIR DE ROME *2 040 000 €*

BASSIN D'ARCACHON | Gujan

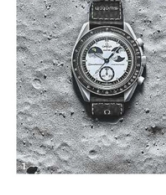
MARSEILLE | PARIS | TOULOUSE | CÔTE OUEST

www.archik.fr

MoonSwatch, l'histoire d'un pari réussi

Swatch a fait un carton avec sa récente collection *MoonSwatch*, éditée en collaboration avec Omega. Aujourd'hui, la marque a retrouvé son allant, portée par le succès de cette vedette qu'elle décline en de multiples versions.

PAR NICOLAS DEMBREVILLE



Chez Swatch, il y aura désormais un avant et un après *MoonSwatch.* Cette montre phénomène restera dans les annales de l'horlogerie. *« Je crois qu'il n'y a jamais eu auparavant un nom de montre qui se soit fait connaître aussi rapidement dans le monde »,* se félicite Nick Hayek, P-DG du Swatch Group. À l'origine, la Swatch est une petite montre en plastique funky, née en 1983. On dit d'elle qu'elle a sauvé l'industrie horlogère suisse, alors en pleine crise du quartz. Mais depuis quelques années, la marque Swatch marquait le pas. Les ventes stagnaient et les boutiques se retrouvaient un peu désertées… Bref, pas la joie. Un beau jour, Nick Hayek rassemble ses équipes, il vient d'avoir une idée géniale. Il veut réaliser une collab visant à réunir Swatch et la manufacture Omega. Le modèle qu'il a choisi est la mythique *Speedmaster,* seule montre à avoir, comme Tintin, « marché » sur la Lune ! Le lancement a lieu le 26 mars 2022. La première boutique – de 40 m², en Australie – à recevoir les montres est prise d'assaut par 5 000 personnes ! Le succès est insoutenable. Huit mois plus tard, la marque annonce avoir vendu un million de *MoonSwatch.* Cette collab regroupe 11 montres qui font chacune références à une planète, au Soleil ou à la Lune. Elle permet aux clients d'accéder à une forme de luxe pour un prix raisonnable. Quant au risque d'écorner l'image de l'iconique montre Omega, l'inquiétude se dissout très vite. Dans le sillage de la montre Swatch, les ventes de la *Speedmaster* originale explosent de 50 % et sa clientèle rajeunit ! Que demander de plus ? Les planètes se sont alignées pour la *MoonSwatch. « On avait une histoire fascinante à raconter : celle de l'espace et du cosmos. On avait aussi un beau produit qui reprend fidèlement les proportions de son modèle, son boîtier asymétrique, ses cornes en forme de lyre, ses compteurs, son échelle tachymétrique… »* résume Alain Villard, le directeur de Swatch.

Une montre placée sur orbite

Le boîtier utilise la biocéramique à base de ricin. Ce matériau innovant, écoresponsable et recyclable, coche toutes les cases. Largement mieux que le plastique ! Depuis ce lancement en fanfare, la marque surfe sur la vague. *« Nous sommes clairement en phase d'expansion. L'affluence est de retour et nous rouvrons des boutiques »,* se réjouit le responsable. Swatch décline sa famille *MoonSwatch* en de nombreuses variations, lancées à intervalle régulier. Présentée en mars 2023, la variante *Moonshine Gold* reçoit une trotteuse dorée. Elle a la particularité, petit clin d'œil, d'être exclusivement produite durant une période de pleine lune. Amusant ! On a aussi croisé la *Mission to the MoonPhase,* dotée d'une complication phases de Lune. Cette série associe, cette fois, la *MoonSwatch* aux rarissimes autant qu'intouchables *Omega Speedmaster Snoopy.* Intitulée *Mission on Earth,* la dernière collection est apparue en juin dernier, avec trois montres dénommées *Lava, Polar Lights* et *Desert,* dont les couleurs s'inspirent de phénomènes terrestres naturels. L'orange évoque les coulées de lave, le bleu, les aurores boréales et le gris-beige, le sable du désert. Pour les collectionneurs, le graal consiste à dégoter le coffret, d'ores et déjà collector, les réunissant. Aujourd'hui, l'intérêt du public pour la *MoonSwatch* reste élevé. *« Beaucoup de gens entrent dans nos boutiques pour savoir quand va sortir la prochaine déclinaison… De notre côté, nous avons plein d'idées »,* glisse le tout jeune P-DG, qui a choisi de rester muet. Et s'il s'agissait de nouvelles complications ? Chut, on ne vous a rien dit… ■

DATES CLÉS

- **1983 :** naissance de la Swatch.
- **2013 :** apparition du mouvement System51 automatique à fabrication robotisée.
- **2021 :** arrivée de la biocéramique, matériau biosourcé et recyclable.
- **Mars 2022 :** lancement de la *MoonSwatch.*
- **Octobre 2022 :** 1 million de *MoonSwatch* produites.
- **Mars 2023 :** présentation de la *Moonshine Gold* à trotteuse en or.
- **Septembre 2023 :** sortie de la *Scuba Fifty Fathoms* automatique, qui inaugure une seconde collab, avec Blancpain cette fois-ci.
- **Mars 2024 :** arrivée de la *MoonPhase Full Moon* (blanche).
- **Avril 2024 :** lancement de la *MoonPhase New Moon* (noire).
- **Juin 2024 :** présentation de la trilogie *Mission on Earth,* la Terre vue de l'espace.
- **Août 2024 :** apparition de la *MoonPhase Blue Moon* (bleue).
- **Octobre 2024 :** *Mission To Earthphase.*

1. *Mission To Earthphase,* boîtier en biocéramique de 42 mm, mouvement chronographe à quartz, bracelet en Velcro, étanche à 30 m, 330 €.

PHOTO: DR



VIVEZ VOTRE PLUS BEL HIVER

myknokke-heist.be

KNOKKE HEIST

Wilson Pro Staff 87, une reine sans couronne

Rééditée en juin 2024, cette tennis ne sert plus à taper la balle. Faute de valeur marchande et d'aura pop, malgré un cachet indéniable, elle n'est pas non plus une véritable sneaker. Histoire d'un rendez-vous manqué.

PAR MATHIEU LE MAUX



1

En 1987, à Chicago, l'équipementier Wilson lance une chaussure de tennis conçue *« pour les joueurs sérieux »*. Dotée du caoutchouc Goodyear Indy 500 Plus, dont la durée de vie est présentée comme trois fois supérieure à celle des élastomères standard, et inégalée dans son rapport poids/résistance, la *Pro Staff*, aux lignes douces, rejoint la cohorte de tennis blanches et épurées aperçues aux pieds des stars de l'époque. Seulement voilà, les Adidas *Supreme* d'Ivan Lendl, les Nike *Wimbledon* de John McEnroe ou les *Noah* du Coq Sportif sont les dernières représentantes d'un style voué à disparaître. En cette même année 1987, sur la côte Ouest, Nike bouscule les codes de la chaussure de sport depuis le triomphe de l'*Air Jordan 1* (1985) et met un terrible coup de vieux à la tennis lisse et plate à la papa avec son ovni *Air Trainer* caractérisé par son scratch à la base des lacets. Si le jeune Pete Sampras s'en empare un temps, avant de signer chez Sergio Tacchini, et si la *Pro Staff* fait commercialement son trou dans les club-houses amateurs, Wilson vient de manquer le virage du tennis grunge et de la génération Agassi.

Stylée, mais pas cool

Redessinée en 1994 et rebaptisée *Classic*, la sémillante et techniquement réputée *Pro Staff* n'est associée à aucune star des courts, donc à aucun plan marketing spectaculaire ni à aucun exploit, aucun souvenir, aucune émotion ; hormis ceux des 15/3 du dimanche. À l'heure du premier âge d'or de la sneaker, c'est trop peu pour percer dans la cour de récréation et rivaliser avec la Reebok *Pump* de Michael Chang ou la *Air Tech Challenge* du Kid de Las Vegas, Andre Agassi. Confinée dans son périmètre tennistique sociologiquement bourgeois, la *Pro Staff* n'est pas non plus adoptée par la rue ou le rap comme la *Stan Smith* chantée par IAM, et ne complétera le costume de mariage d'aucune rock star, contrairement à la *Springcourt G1*, invitée aux noces de John Lennon et à celles de Mick Jagger, en 1969. L'objet est similaire, mais il manque malheureusement d'âme. Son encéphalogramme cool reste désespérément plat et le ballon de volley servant de compagnon d'infortune à Tom Hanks dans *Seul au monde* restera l'unique incursion pop de la marque. Pire, en 2010, technologiquement désuète et commercialement à bout de souffle, la *Pro Staff* n'est plus fabriquée et tombe dans les oubliettes. Wilson tente un come-back, dix ans plus tard. Sans effet.

Enfin la bonne ?

Et puis la revoilà au printemps 2024, dans son coloris original (talon et logo verts), assortie d'une belle punchline – *« New sole, old soul »* – et même associée, via une collab saluée sur HypeBeast.com, avec le label streetwear


2

LA PRO STAFF EN 5 DATES

- **1987 :** lancement de la Wilson *Pro Staff 87*, une tennis destinée *« aux joueurs sérieux »*.
- **1994 :** le modèle est revisité et baptisé *Classic*.
- **2010 :** fin de sa fabrication.
- **2020 :** son retour sur les courts est un échec.
- **2024 :** nouvelle tentative de résurrection, notamment via une collab avec le label New York Sunshine.

New York Sunshine. *« Nous savions que l'histoire de la* Pro Staff 87 *était trop magique pour nous et que nous devions la faire revivre pour de bon. Nous voulions que ces chaussures redeviennent les plus convoitées de l'histoire de Wilson »*, explique Shivam Bhan, directeur des produits et du merchandising dans un communiqué qui laisse toutefois perplexe. Présentée comme *« une icône intemporelle de la mode »* (hum…), la *Pro Staff* version 2024 est décrite sous toutes les coutures selon des critères laissant penser que la marque ne choisit toujours pas son camp entre sport et *lifestyle* : *« La semelle intermédiaire R-DST+ associée à la semelle extérieure Duralast améliore le confort et optimise l'adhérence sur toutes les surfaces. (…) Vos pieds se sentent aussi bien qu'ils sont beaux, offrant un confort inégalé tout au long de la journée. »* Si Wilson joue peut-être là la carte de l'hybridité *gorpcore*, le timing de ce lancement laisse également songeur, surfant avec deux sets de retard sur cette tendance tennicore en queue de comète. Jusqu'ici, tout va bien. La nouvelle *Pro Staff 87* est actuellement *sold out*. La reconnaissance, enfin ? ■

1. La *Pro Staff Extra Duty*, issue de la collab Wilson x New York Sunshine.
2. La *Pro Staff 87*.

PHOTOS : SBP

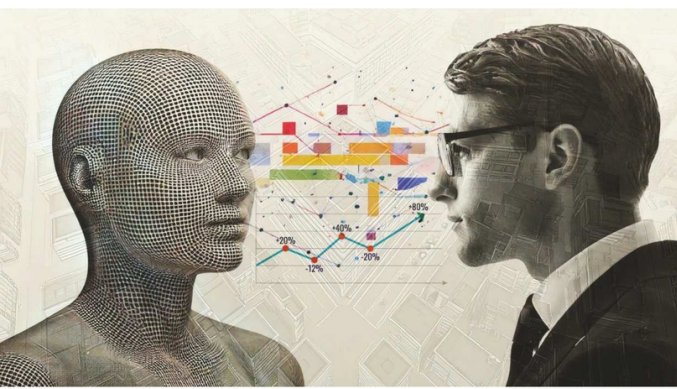
BRISTON



CLUBMASTER LEGEND DIVER

BOÎTIER EN ACÉTATE ÉCAILLE 40 MM - MOUVEMENT AUTOMATIQUE
VERRE ET LUNETTE SAPHIR - 200 MÈTRES / 20 ATM

BRISTON PARIS : 24 RUE DE POITOU - 75003
WWW.BRISTON-WATCHES.COM



Faut-il confier son épargne à une intelligence artificielle ?

Clientèles fortunées et petits épargnants regardent aujourd'hui avec intérêt le développement de l'intelligence artificielle. Déjà, de premières solutions émergent avec des promesses de rentabilité qui défient les performances humaines.

PAR CHLOÉ CONSIGNY

L'intelligence artificielle dans les produits d'épargne, mais de quoi s'agit-il ? Les banquiers et les spécialistes de la gestion de fortune expliquent à l'envi que l'utilisation de l'IA n'est pas une nouveauté. Selon une étude réalisée par le cabinet Deloitte, 70 % des institutions financières utilisent déjà l'IA ou prévoient de le faire dans un avenir proche. Si l'IA est déjà à l'œuvre, son usage devrait s'intensifier dans les prochains mois : Deloitte prévoit que les investissements mondiaux en IA dans les services financiers devraient atteindre 65 milliards de dollars en 2025, contre 22,6 milliards de dollars cinq ans auparavant. « *L'intelligence artificielle va considérablement améliorer l'efficacité opérationnelle des institutions financières en automatisant des processus clés et en optimisant la gestion des données* », souligne Édouard de Saint-Pierre, directeur général de Lombard Odier France.

Différents cas d'usage

Si les systèmes automatisés existent depuis plusieurs années, ils deviennent désormais plus rapides et plus efficaces. Contrairement aux systèmes classiques qui suivent des règles prédéfinies, les modèles de *machine learning* s'adaptent et apprennent en continu à partir de données nouvelles. Cela les rend plus flexibles et plus réactifs aux changements. Dans l'industrie financière, l'intelligence artificielle est aujourd'hui avant tout utilisée à des fins de sécurité. Les KYC – pour Know Your Customer –, ces obligations réglementaires qui requièrent une connaissance de l'identité du souscripteur, sont aujourd'hui renforcées grâce à l'IA. Cette dernière est également utilisée à des fins de détection des comportements frauduleux et de surveillance des transactions en temps réel.

Scalabilité des offres grand public

Au-delà de ces cas d'usage, invisibles aux yeux des clients, qu'en est-il des produits proposés ? La principale utilisation est aujourd'hui faite par les plates-formes d'épargne grand public, 100 % numérisées. Elles intègrent désormais une IA à leur agent conversationnel chargé de définir le profil de risque de chaque épargnant. En fonction du profil défini, une allocation sera proposée. Le niveau d'aversion au risque du client, sa sensibilité aux produits de finance verte seront alors mis en regard des différents

EN ATTENTE DES PREMIERS EFFETS DE L'IA GÉNÉRATIVE

Pour 70 % des sociétés de gestion interrogées par le cabinet de conseil BCG, l'IA va transformer le secteur de la gestion d'actifs – selon son « Global Asset Management Report 2024 – AI and the Next Wave of Transformation ». Le cabinet de conseil estime que, dans le monde, 66 % des sociétés de gestion ont fait de l'IA générative une priorité stratégique en y consacrant une part importante de leur budget innovation. Néanmoins, cette transformation est encore peu suivie d'effets : pour l'heure, seuls 16 % des gestionnaires interrogés affirment avoir défini une stratégie à mettre en œuvre.

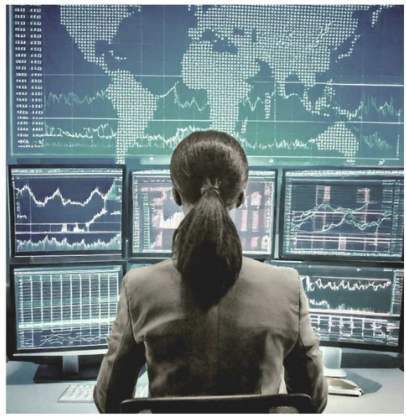
produits proposés par la plate-forme. Une allocation clé en main sera alors suggérée. Si l'IA conversationnelle est de plus en plus utilisée dans la relation client par les plates-formes grand public, du côté des banques privées, en revanche, la relation humaine reste au cœur de la proposition de valeur. *« Nous sommes un pure player de la banque privée. Nous ne recherchons donc pas la scalabilité, mais le meilleur service client »*, poursuit Édouard de Saint-Pierre.

Calcul de la cherté relative

En France, un acteur se distingue dans l'utilisation de l'IA : Avnear (prononcez « avenir »). La fintech se positionne comme la *« première plate-forme d'investissement qui détecte les surévaluations du marché avant d'investir, renforçant ainsi la sécurité des contrats d'assurance-vie et PER »*. En clair, grâce à l'IA, la plate-forme va détecter le bon point d'entrée. *« Lorsqu'on achète un bien immobilier, on prend soin d'évaluer son prix avant de se décider. En épargne, à l'inverse, l'argent placé dans un contrat d'assurance-vie est investi d'un seul coup, sans considérer les valorisations actuelles. Pourtant, le moment où l'on investit a un impact crucial sur la performance future »*, explique Quentin Duquenne, cofondateur d'Avnear. En réalisant le calcul de la cherté relative, l'IA va détecter le bon point d'entrée pour chaque investissement. *« L'argent sera d'abord investi sur un fonds d'attente ; un fonds monétaire sécurisé qui va servir une rémunération autour de 3 %. Notre IA évalue les marchés et génère un code couleur pour signaler la surévaluation des supports d'investissement. En fonction de ce niveau de valorisation, l'IA ajuste la progressivité de l'investissement, évitant ainsi les points d'entrée surévalués et réduisant les risques de pertes pour le client »*, poursuit Quentin Duquenne. En trois mois et demi, la fintech a atteint 3 millions d'euros d'encours, avec des performances réelles à la clé. *« Pour l'heure, 100 % de nos contrats sont en performance, c'est-à-dire qu'aucun de nos clients ne perd de l'argent »*, souligne le CEO de la fintech.

Des freins à la mise en œuvre

Dans les banques privées, l'implémentation de l'IA à destination des analystes financiers est aujourd'hui savamment étudiée. *« Les marchés financiers fonctionnent 24 heures sur 24, à travers toutes les industries et dans toutes les juridictions du monde. Au sein de Lombard Odier, nous couvrons cela grâce à plus de 200 analystes financiers. Le jour où nous parviendrons à les équiper avec des intelligences artificielles capables de surveiller constamment toutes les sociétés couvertes à travers ces différents marchés et de consolider ensuite ces analyses au sein d'une vue globale de portefeuille, nous aurons réalisé un gain de productivité énorme »*, souligne Édouard de Saint-Pierre. Cependant, pour l'heure, cette automatisation est à l'étude, car des freins persistent. En premier lieu desquels la question de la gouvernance et celle de la confidentialité des données. *« L'intelligence artificielle est un outil extrêmement puissant, qui ne tolère pas l'approximatif. Une IA, même générative, travaille à partir d'un set de données existant à partir duquel elle se développe. En fonction de la façon dont la donnée est structurée, des biais peuvent exister. Ces biais vont perdurer et s'amplifier avec l'IA générative. Avant d'utiliser l'IA à grande échelle, nous devons travailler à la structuration de nos données »*, conclut Édouard de Saint-Pierre. À suivre, donc. ■



ILLUSTRATIONS : CHRIS BARBETTE, AVEC LAIDE DE LYA



Le marché des fossiles bien enchères

Sous le marteau, les stars du Crétacé, tyrannosaures ou vélociraptors, se négocient parfois aux mêmes prix que des œuvres d'art. Alors, comment se faire plaisir sans se faire peur ?

PAR BÉATRICE BRASSEUR

Leonardo DiCaprio aurait un faible pour les beautés mésozoïques décharnées, tout en os. Leurs crânes surtout. Dont un d'allosaure et un autre de mosasaure (reptile marin), revendu à Russell Crowe, qui l'a lui-même cédé le double aux enchères. Nicolas Cage est aussi collectionneur : dans une vente, il a raflé, à la barbe de DiCaprio, un crâne de *Tarbosaurus bataar* pour 276 000 dollars. Mais il y avait un os : le fossile avait été illégalement exporté de Mongolie… où il a dû être rapatrié par la suite. Autant de trophées spectaculaires, moins cependant que les squelettes entiers, qui déchaînent les passions dans les salles de vente. Le dernier record en date a été établi en juillet dernier, chez Sotheby's, à New York. Avec ses 44,8 millions de dollars, Apex le stégosaure a massacré Stan le tyrannosaure, 31,8 millions sous le marteau chez Christie's en 2020. Apex est l'un des stégosaures les plus grands et les plus complets (70 %) jamais trouvés, découvert en 2022 par Jason Cooper sur sa propriété, dans le Colorado. Jason Cooper est un paléontologue commercial, c'est-à-dire qu'il effectue, pour son compte ou celui de ses clients, des fouilles à la recherche de fossiles qu'il excave, prépare (cela consiste à dégager les os pétrifiés de leur gangue minérale et à fabriquer au besoin les os manquants avec des imprimantes 3D) et « monte », reconstituant le squelette pour le présenter sur un support métallique, avant de le revendre. Des opérations longues et coûteuses, qui durent de un à trois ans selon la difficulté d'accès, la complexité d'extraction et de reconstitution. Pour Apex, Cooper a travaillé dès le départ avec Cassandra Hatton, responsable du département science et culture populaire de Sotheby's, qui a suivi et documenté toutes les opérations. Objectif pour Sotheby's : réaliser *« la vente la plus transparente pour un dinosaure »*, a-t-elle déclaré. Une manière de s'assurer que le trésor est parfaitement authentique, tout à fait légal (aux États-Unis, seuls le sont les fossiles trouvés sur des terres privées et ayant fait l'objet d'un contrat) et traité dans les règles de l'art. Le nouveau propriétaire d'Apex est Ken Griffin, un milliardaire américain, patron du fonds de pension Citadel, qui a, par le passé, offert le tyrannosaure Sue – le premier dino à crever le plafond, acheté 8 millions – au Field Museum de Chicago. Sue, qui justement avait envoyé son découvreur, Peter Larson, l'un des plus célèbres chasseurs de fossiles américains, fondateur du Black Hills Institute of Geological Research, derrière les

PÉTRIFIANT !

- **Hors de prix :** Apex, stégosaure, 44,8 M$. Stan, tyrannosaure, 31,8 M$. Sue, tyrannosaure, 8 M$. Hector, vélociraptor, 12 M$. Big John, tricératops, 6,6 M€.
- **Précieux :** *Placenticeras costatum*, ammonite fossile iridescente du Crétacé (env. 71 millions d'années, Canada), arborant toutes les couleurs du spectre chromatique, 48 260 $ (Sotheby's). Crâne d'*Edmontosaurus*, du Crétacé (env. 66 millions d'années, Wyoming), 42 000 $ (Sotheby's).
- **Abordables :** dent de mégalodon, du langhien (16 à 14 millions d'années), 3 276 £ (Christie's Online). Groupe d'ammonites ailées *Lytoceras cornucopiae*, du jurassique (France), 5 925 € (Gigquello).



1

barreaux, au terme d'un embrouillamini impliquant le gouvernement fédéral et les communautés sioux sur les terres desquelles il avait été trouvé. Comme pour Sue, Ken Griffin a promis de léguer Apex à une institution. Car c'est bien le débat qui déchire la « dinosphère ». Les spécimens les plus intéressants du patrimoine naturel doivent-ils rejoindre les labos des scientifiques pour être étudiés avant d'être exposés dans les musées ou peuvent-ils disparaître dans des collections privées pour satisfaire l'ego de leur propriétaire, qui en privera le public ? Le paléontologue belge Pascal Godefroit, de l'Institut royal des sciences naturelles, à Bruxelles, est clair : *« Les musées et les chercheurs n'ont pas d'argent, donc n'achètent pas aux enchères, et préfèrent, de toute façon, étudier ce qu'ils ont eux-mêmes trouvé lors de leurs fouilles. »* Il faut donc dénicher des sponsors ou un généreux donateur privé, comme Griffin. Le Museum d'histoire naturelle de Nantes a, quant à lui, la chance de bénéficier du financement intégral, par la Métropole de Nantes, de sa campagne de fouilles dans le Wyoming : le sauropode exhumé sera la star du musée totalement rénové (fin 2025), gage d'un public nombreux. Une opération d'intérêt bien comprise donc. De même que le futur musée d'Histoire naturelle d'Abou Dhabi s'enorgueillira d'exposer Stan, le super tyrannosaure acheté plus de 30 millions de dollars par cet État.

Des dinos à Rothko

En comparaison, l'apatosaure Vulcain, le plus grand dino jamais proposé aux enchères (20 mètres de long, 4 mètres de haut) paraît presque abordable : il a été adjugé 6 063 000 euros, frais compris, le 16 novembre 2024 à Dampierre-en-Yvelines, par les maisons Collin du Bocage et Barbarossa, et acquis par *« un collectionneur qui souhaite rester anonyme et le confier à un musée »*. Il a été trouvé dans la formation de Morrison (Wyoming), une mine d'or pour les paléontologues. L'expert de la vente, Éric Mickeler (par ailleurs associé de la société Thétis, spécialisée dans le commerce de fossiles, de la fouille au service après-vente), précise qu'il est exceptionnellement complet et qu'il s'agit a priori d'une nouvelle espèce (donc présentant un intérêt certain pour la science). Reste qu'à ce prix-là, on peut s'offrir une œuvre d'art. Art Basel, la plus grande foire d'art contemporain, a d'ailleurs tenté de mélanger les genres, à Miami, en 2018, en accueillant l'expo *DeXtinction* (à l'initiative de la société suisse Interprospekt, spécialisée dans le fossile), qui montrait des reliques préhistoriques, squelette d'allosaure, œufs de dino, etc. Mais peut-on comparer un fossile vieux de 150 millions d'années avec une œuvre contemporaine ? Ou s'agit-il, à l'heure du changement climatique, de se faire peur en considérant que ces animaux qui ont régné sur la planète, comme l'humain aujourd'hui, ont brutalement disparu ? Alors, dino, Rothko ou Picasso ? Comme sur le marché de l'art, les records précités concernent des éléments exceptionnels et ne reflètent pas la moyenne des ventes. En outre, les prix fluctuent. Avant de craquer, Éric Mickeler conseille de demander systématiquement une contre-expertise. Attention aux arnaques : squelettes contenant très peu de vrais os ou bricolés avec des os de plusieurs spécimens. Attention aussi à la provenance : la Chine, la Mongolie, l'Argentine, le Maroc, entre autres, interdisent la sortie des fossiles de leur territoire. Toujours vérifier les documents légaux : ils comprennent le point GPS de la découverte, la carte de fouille, la carte ostéologique de remontage du spécimen, les photos des phases de la découverte et de la restauration du fossile, les titres de propriété du terrain, les documents douaniers… Reste qu'avec quelques milliers et parfois centaines d'euros, on peut aussi se faire plaisir avec des ready-mades naturels immémoriaux : une griffe, une dent, un œuf, une empreinte, une vertèbre. Il suffit de consulter les catalogues des maisons de vente et des sociétés spécialisées. ■

1. L'apatosaure Vulcain, le plus grand dinosaure jamais mis en vente, avec ses 20 m de long.

PHOTO : DR



1

DATES CLÉS

- **1853 :** création de l'entreprise familiale, à New York.
- **1872 :** début d'une série de concerts du pianiste Anton Rubinstein lançant les performances « Artiste Steinway ».
- **1875 :** ouverture du premier magasin, à Londres.
- **1880 :** inauguration de la seconde manufacture, à Hambourg.
- **1972 :** Steinway & Sons est vendu à la Columbia Broadcasting System.
- **1985 :** la maison devient la Steinway Musical Properties.
- **1996 :** devenue Steinway Musical Instruments, Inc., la société est cotée à la Bourse de New York.
- **1999 :** création de la collection Crown Jewels réalisée en bois précieux.
- **2000 :** première édition limitée à 300 exemplaires dessinée par Dakota Jackson.
- **2013 :** nouveau rachat par la société de gestion de placements Paulson & Co.
- **2015 :** création de Spirio.
- **2023 :** édition limitée dessinée par Noé Duchaufour-Lawrance.
- **2024 :** création d'un modèle pour la Philharmonie de Paris faisant partie de la collection The Concert Hall.

Steinway to Heaven

Steinway & Sons a créé Spiriocast, un système révolutionnaire conçu pour écouter un pianiste en direct et en acoustique simultanément aux quatre coins de la planète. Une application high-tech qui montre combien la plus belle manufacture de pianos du monde, qui a vu le jour en 1853, fait confiance aux innovations d'aujourd'hui pour partager sa passion de la (grande) musique.

PAR SERGE GLEIZES

Écouter Martha Argerich jouer les préludes de Chopin sur le Steinway de son salon, alors que la célèbre pianiste se produit au même moment à New York (et cela sans qu'on lui connaisse le don d'ubiquité), voilà ce rêve qu'offre Spiriocast, lancé par Steinway en 2022. Bienvenue donc au concert haute définition chez soi, grâce à un logiciel reproduisant fidèlement, par Internet, et en totale synchronisation le mouvement des marteaux et des pédales sur votre piano, alors que personne n'est réellement en train de jouer, si ce n'est dans un auditorium au bout du monde. Et cela grâce à un iPad fourni avec chaque piano équipé du système Spirio mis au point par Steinway en 2015. Pour illustrer cette invention qui laisse sans voix, la manufacture avait organisé, en juin dernier, à Hambourg, la première diffusion Spiriocast en direct, et à l'échelle mondiale, du dernier concert du pianiste Vikingur Ólafsson à l'Elbphilharmonie. Un moment magique.

Entre ébénisterie et orfèvrerie

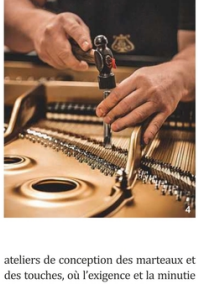
Son nom illumine la rue de ses lettres d'or. Comprenant des ateliers de stockage, d'ébénisterie et de fabrication, le bureau de création, le siège social… Steinway & Sons abrite derrière ses murs la passion de toute une manufacture. Entre le premier atelier fondé à New York et le second à Hambourg, pour son port, le plus grand d'Allemagne, l'entreprise fabrique environ 1 500 pianos par an, dont 450 modèles droits, en sachant que la réalisation d'un piano nécessite douze mois de travail. Plus de 625 000 pianos ont ainsi été conçus depuis les débuts. Dans le hangar de stockage du bois, les murs ajourés laissent passer l'air afin que les diverses essences puissent sécher et acquérir ainsi le bon degré d'humidité. Un piano à queue cumule quelque 12 000 éléments et peut être composé d'une dizaine d'essences de bois différents : épicéa, érable, acajou, bubinga, ronce de noyer, palissandre des Indes, ébène de Macassar… Concevoir un piano Steinway est avant tout un savant travail d'ébénisterie. Et l'on compte peu de femmes dans ces premiers ateliers. Pas illogique lorsque l'on voit la prouesse physique que nécessite le cintrage des faces latérales de l'instrument. On en compte en revanche davantage dans les

1. à 5. Le piano mécanique haute résolution Spirio est fabriqué à la main avec le même niveau d'artisanat que chaque Steinway.











ateliers de conception des marteaux et des touches, où l'exigence et la minutie s'apparentent à de l'orfèvrerie.

De l'Allemagne au Nouveau Monde

L'histoire de Steinway est un exemple de passion et de travail au cœur d'une époque mouvementée et d'une famille bousculée par l'histoire. Le grand succès de Steinway réside dans une quête absolue de la perfection et dans le refus de toute concession pour y parvenir. Mais également dans un amour viscéral pour la musique. Orphelin à 15 ans, Heinrich Engelhard Steinweg (1797-1871) apprend le métier de l'ébénisterie alors qu'il est au service du duc de Brunswick. Passionné par le piano-forte, très en vogue à son époque, il fabrique, en 1836, son premier piano dans la cuisine de sa maison, à Seesen, petite commune de Basse-Saxe, en Allemagne. En 1850, il émigre avec sa famille aux États-Unis. Pour mieux se faire accepter dans le Nouveau Monde, il change de nom : Steinweg devient Steinway et Heinrich, Henry. Son travail acharné porte ses fruits : les commandes affluent et les récompenses également, notamment lors de l'Exposition universelle de Paris en 1867. Pour promouvoir la maison, tout le monde s'y met, jusqu'à sa fille aînée, Doretta, qui donne des leçons de piano gratuites pour vanter les qualités des pianos, sans compter des soutiens illustres comme ceux de Richard Wagner ou encore de Franz Liszt. En 1903, le cent millième piano est commandé pour l'East Room de la Maison Blanche. Depuis, la saga continue. ■

3 questions à…

Guido Zimmermann

Président de Steinway & Sons Europe.

Quelle est l'origine du mot Spirio et pourquoi avez-vous créé ce logiciel ?

Le terme vient du latin *spirare*, qui signifie respirer et, au-delà, l'inspiration, l'esprit, l'expérience, une manière de se connecter à la musique. Le mot est en outre facile à retenir et à prononcer dans toutes les langues. Spirio est un chef-d'œuvre de technicité, qui offre une expérience musicale inégalée, impossible à différencier d'une performance en direct.

Comment naît une édition limitée ? Comment travaillez-vous avec les designers qui, souvent, ne sont pas des musiciens ?

C'est un processus long et extrêmement enrichissant généré par une seule motivation : repousser les limites de ce que nous avons fait dans le passé. Nous laissons, en revanche, une totale liberté de création aux artistes et designers qui les conçoivent, pourvu que les normes sonores ne soient pas compromises et que les performances des pianos en édition limitée soient identiques à celles des pianos standard. Chacune de ces éditions présente des finitions personnalisées qui les distinguent des modèles habituels, tout en restant fidèles aux règles de notre entreprise. Ce sont des pièces de collection uniques qui font rimer high-tech, art et artisanat.

Qu'est-ce qui a changé chez Steinway & Sons au cours des vingt dernières années ?

Notre production de pianos est restée inchangée depuis près de soixante-dix ans. Mais grâce à ce piano mécanique haute résolution qu'est Spirio, une nouvelle ère a vu le jour et notamment depuis octobre 2022, lorsque la technologie a franchi une nouvelle étape avec la présentation de Spiriocast.

PHOTOS : SPP

Le monde à portée de livres

Que peut-on bien offrir à quelqu'un qui a déjà tout ? Un voyage imaginaire ! On se glisse dans la maison de son artiste préféré, puis dans la tête du réalisateur Wes Anderson, avant de bifurquer dans les univers parallèles de Laurent Grasso.

PAR MAÏA MORGENSZTERN





1

2



3



4



5



6



7

COMME À LA MAISON (1 et 2)

Pour comprendre les artistes, rien de mieux que de s'installer chez eux ! Ce livre nous promène de Paris à Rio, jusque dans le salon de Maurizio Cattelan, Tracey Emin, Subodh Gupta, Claire Tabouret ou Bernar Venet. On découvre des intérieurs aussi sublimes qu'étonnants, dont les nombreux objets peuvent servir d'indice pour décoder les œuvres de leurs propriétaires. ***Inside the Homes of Artists: For Art's Sake*, Rizzoli, 384 p., 85 €.**

VAGUE À L'ÂME (3)

Fan de culture japonaise, ce livre est fait pour vous. À travers 4 000 dessins commentés, cette belle encyclopédie en deux volumes revient sur l'œuvre complète d'Hokusai intitulée *La Manga*. La série de croquis entamée en seconde partie de carrière décrit des paysages où la faune et la flore se mêlent à des scènes du quotidien et des interventions surnaturelles. Sans lien apparent les unes avec les autres, les estampes documentent la société japonaise du XIXe siècle et la richesse picturale d'un artiste majeur toujours aussi populaire. ***Hokusai. La Manga*, Hazan, 912 p., 99 €.**

AU FIRMAMENT (4)

Pour fêter ses 90 ans, Harcourt, le mythique studio photo, a sélectionné le portrait de 90 étoiles du cinéma français contemporain. On s'arrête sur la bouille mi-ange, mi-démon de Tahar Rahim (2009) ou encore sur la beauté diaphane de Vanessa Paradis (2000) et de Cécile de France (2005). À chaque photo son petit texte truffé d'histoires personnelles. Parmi les derniers entrants, de nombreux talents de la Comédie-Française, comme Laurent Stocker, Benjamin Lavernhe, ainsi que la star montante Rebecca Marder. ***Harcourt Studio Paris. 90 ans*, La Martinière, 208 p., 45 €.**

SI WES M'ÉTAIT CONTÉ (5)

Préfacé par l'inénarrable Thierry Frémaux, *La Totale* décortique le style devenu culte de Wes Anderson, en onze films et sept courts métrages : obsession pour les compositions symétriques, palette poudrée et esthétique marquée par les années 50. Au fil des pages, le texte s'épanche sur la bio du réalisateur fraîchement oscarisé, tandis que les encadrés révèlent des anecdotes sur les coulisses des tournages. ***Wes Anderson. La Totale*, E/P/A, 288 p., 40 €.**

LA VÉRITÉ EST AILLEURS (6)

Entre le beau livre et l'objet d'art, *Time Travel* plonge dans le monde fascinant de l'artiste Laurent Grasso pour révéler des installations empreintes de science, de mythologies contemporaines et d'un héritage artistique jalonné de symboles. Adepte du pas de côté, Grasso s'intéresse aux formes hybrides qui offrent bien plus qu'un saut dans le temps. L'ouvrage lève le voile sur la fabrique d'une mémoire collective alternative, où nous sommes à la fois spectateurs et complices. ***Laurent Grasso. Time Travel*, Rizzoli, 256 p., 82 €.**

GÉANT DE PAPIER (7)

Son nom ne vous est peut-être pas familier, mais vous avez probablement croisé son travail d'architecte engagé. Le centre Pompidou-Metz, le Campus Swatch et Omega ou encore le Simose Art Museum, au Japon, c'est lui ! Shigeru Ban travaille à partir de papier et de carton recyclé, et prône l'utilisation de matériaux bon marché rapides à manipuler – très utiles pour construire un abri pour les familles frappées par un tsunami, par exemple. Lauréat du prix Pritzker, l'innovateur japonais reçoit un hommage de papier en format XXL aligné sur un altruisme sans limites. ***Shigeru Ban*, Taschen, 696 p., 200 €.**

PHOTOS : SDP – JEAN-FRANÇOIS JAUSSAUD

Chercher, Visiter,

VIVRE



Trouvez une grande sélection
de biens uniques sur **le premier site d'immobilier d'exception.***

BELLES
DEMEURES

Finest properties only.

*Médiametrie//NetRatings - Juin 2024. Comparatif des acteurs proposant uniquement des biens de luxe. Digital Classifieds France I 2-8 rue des Italiens, 75009 PARIS I RCS Paris 789177391

L'armagnac, l'or de Gascogne

Avec Ortolan, le designer Louis-Marie de Castelbajac, dont la famille est originaire du Gers, veut transmettre une vision contemporaine du plus vieux spiritueux français. Pour relancer cette eau-de-vie, d'autres producteurs s'emploient à séduire de nouveaux amateurs.

PAR GUILLAUME REBIÈRE







Le petit oiseau avait été rendu célèbre par le président François Mitterrand, qui appréciait sa chair délicate dégustée dans un cérémonial solennel, à pleins doigts, le visage caché sous une serviette blanche. Une autre époque. Avant d'être rôti, l'ortolan était aussi plongé dans l'armagnac. L'espèce est désormais protégée, interdite de consommation, mais il reste l'armagnac et l'une des marques du renouveau du plus vieux spiritueux français a justement choisi de se nommer Ortolan. Une référence géographique et culturelle au Gers authentique et généreux, dont la famille de son promoteur, Louis-Marie de Castelbajac, est originaire. Le designer de 41 ans a collaboré à l'identité visuelle de plusieurs marques, travaillé avec son père, le créateur Jean-Charles de Castelbajac. De fait, il a su créer une image d'Ortolan, lancé en 2020 dans des flacons très stylisés, mais son engagement pour la relance de l'eau-de-vie est sincère, amorcé il y a dix ans déjà avec un jus classique nommé 700. Quelques acteurs plus traditionnels font également bouger l'armagnac. Poids lourd à succès de la région par ses vins de qualité accessibles, le domaine Tariquet exerce son savoir-faire depuis plusieurs siècles. Il propose, cette fin d'année, trois VSOP et XO en magnum et pot gascon, une bouteille de 3 litres aux formes généreuses purement gersoises. Le domaine familial Laballe clame *« Armagnac is back »* et vient de lancer Vital, une blanche bio non filtrée à déguster sur glace ou en cocktail. Le nom renvoie au prieur Vital Dufour, qui développa les 40 vertus de l'armagnac dans un ouvrage datant de 1310, aujourd'hui conservé au Vatican. Loin des puristes, l'entrepreneur iconoclaste Raj Bhakta, créateur du whisky WhistlePig, a contribué à propulser l'armagnac aux États-Unis avec des jus finis en fûts de whisky, en dehors, donc, des canons de l'appellation.

Rendre l'armagnac contemporain

Avec Ortolan, l'intention de casser les codes est patente. *« Nous avons compris qu'il faudrait un produit rebelle, pousse Castelbajac. Se mettre en avant n'est pas dans la culture locale mais il faut être impactant aujourd'hui, rendre l'armagnac contemporain et décomplexer la consommation en misant sur la mixologie. »* La démarche est fréquente quand il s'agit de dépoussiérer un spiritueux : le cognac l'a tenté dans le passé et a investi à nouveau le créneau pour relancer l'intérêt sur le marché français, qui représente toujours une part très marginale des ventes. L'armagnac possède un atout que n'a pas son grand frère des Charentes : sa dimension restée artisanale alors que le *craft* a la cote. *« C'est du* taylor-made *»*, suggère le designer qui ose une analogie : *« Nous devons être au cognac ce que le mezcal est à la tequila. »* Avec son maître de chai, il a décliné Ortolan en quatre expressions qui sont autant d'approches gustatives, recettes de cocktails à l'appui. Au sommet, l'XO représente les valeurs de la Gascogne. *« Que l'armagnac soit le porte-parole d'un savoir-faire français ancestral, s'*emballe Louis-Marie de Castelbajac. *En version punchy ! »* Voilà qui est dit. ■

1. L'XO d'Ortolan, dont le flacon a été dessiné par Louis-Marie de Castelbajac.
2. et 3. Vital (2), une blanche armagnac bio produite par le domaine de Laballe (3), est dans la famille Laudet depuis 1820.

PHOTOS SBP



*Scope 1 et 2 du GHG Protocol. Calculs de la réduction des émissions de CO2e effectués sur la base des volumes entrés de produits PANTEX et PANTOPRIM vendus en 2022. Équivalences en CO2 calculées à partir du convertisseur de l'ADEME en date du 1er Mars 2023.

Retrouvez la gamme PANTEX BAS CARBONE dans les magasins Le Comptoir Seigneurie Gauthier, Seigneurie et sur seigneuriegauthier.com

SEIGNEURIE®

LA PERFORMANCE POUR UN MONDE DURABLE

PPG



8 hôtels avec (vinyl) room service

Bienvenue dans la chambre, le bunker club, la radio ou le studio d'enregistrement… Voici une sélection d'adresses où la musique est bonne.

PAR BÉRÉNICE DEBRAS

ALLEMAGNE

Hambourg
REVERB BY HARD ROCK (2)
Un bunker monumental, un stade de foot et un quartier sulfureux… L'équation pourrait faire fuir. Que nenni ! Ouvert en juin dernier, Reverb by Hard Rock est tout de suite devenu *the place to be* du quartier de Sankt Pauli, connu pour sa scène musicale et son club de foot – l'un des rares à militer pour les causes LGBT, féministe et antiraciste. L'hôtel est venu coiffer ce blockhaus de 40 mètres de haut, vestige de la Seconde Guerre mondiale, et en a profité pour verdir son béton. Il abrite 134 chambres et suites (la plupart surplombant le terrain de foot) et une salle de concert de 2 000 places. Il organise de nombreux événements musicaux. La nuit y sera courte : le bunker abrite aussi le club Übel & Gefährlich pour danser jusqu'au petit matin.
reverb.hardrock.com/hamburg





Berlin
LOCKE EAST SIDE GALLERY BERLIN (3)
Ouvert l'an dernier au bord de la rivière Spree, entre les stations Ostbahnhof et Warschauer Straße, cet hôtel fait référence aux derniers morceaux du mur de Berlin situés juste en face. L'agence new-yorkaise de design Grzywinski+Pons a misé sur le béton pour les 176 studios, équipés de kitchenettes. Des matières douces et des touches de couleurs réchauffent subtilement les lieux. Jouxtant l'espace de coworking, le bar-restaurant Anima propose une expérience immersive en musique. Il s'inspire des cafés hi-fi « Kissaten » japonais, qui précédaient l'arrivée, dans les maisons, des chaînes stéréo bon marché. Les *good vibes* sont assurées grâce à la collection maison de vinyles et Anima Radio en semaine. Le week-end, les DJ sont aux platines. **lockeliving.com/en**

ROYAUME-UNI

Londres
THE STANDARD LONDON (4)
On l'aperçoit derrière la fenêtre, sur Euston Road. The Sounds Studio at The Standard donne le rythme de l'hôtel. Ce studio d'enregistrement accueille la radio internet Sometimes Radio, qui fait la part belle aux talents émergents et déjà installés. L'espace est aussi animé par des sets de DJ, des concerts, des lancements de disques… Il est séparé par une vitre de The Library Lounge, l'ancienne bibliothèque du Camden Council. On y trouve aujourd'hui des livres sur le chaos, la science, les religions et les relations entre adultes. L'hôtel déroule 266 chambres. Parmi les ascenseurs, emprunter celui de l'extérieur : il ressemble à une capsule de médicament. **standardhotels.com**

AUTRICHE

Vienne
MAX BROWN VIENNA 5TH DISTRICT
Il vient d'ouvrir dans le quartier résidentiel Margareten, où Johann « Hans » Hölzel, alias Falco, surnommé le premier rappeur blanc, a longtemps vécu. Max Brown 5th District – à ne pas confondre avec son frère du 7e district – voisine avec une foule de cafés, restaurants et boutiques vintage. Les 117 chambres sont dans l'air du temps, pratiques. Certaines sont pourvues de



platines vinyles Crosley Cruiser (qui seront bientôt en vente sur place). Il y a bien entendu une petite sélection de disques. Aux murs, l'hôtel expose les photos de Sophie Nawratil, Susanne Einzenberger et, aussi, du fameux Thomas Ruff.
maxbrownhotels.com


5

INDONÉSIE

Seminyak
DESA POTATO HEAD (1 et 5)

Il n'y a pas que la plage à Bali ! On s'enferme aussi volontiers dans le studio d'enregistrement Headstream, qui retransmet en direct sa programmation musicale. Cette plate-forme de streaming numérique a été conçue pour explorer et porter les voix, les histoires et les sons d'Indonésie et d'ailleurs. C'est une continuation du Beach Club, où l'on nage toute la journée avant d'y danser toute la nuit. Et pour dormir ? Il faut choisir entre les studios et les suites. Desa Potato Head, membre des Design Hotels, est une oasis culturelle où la musique, l'art, le design et la gastronomie se marient avec passion. On se reposera donc plus tard.
seminyak.potatohead.co

GRÈCE

Athènes
ACE HOTEL & SWIM CLUB ATHENS (6)

Ouvert à l'automne, cet hôtel joue sur les tentations. La première : celle de plonger dans la piscine de 30 mètres – non chauffée, aïe, aïe ! La seconde est de dormir dans l'une des chambres pourvues d'une platine – la collection de vinyles ayant été composée par Greek Visions, qui se décrit comme *« une archive incohérente de la culture grecque contemporaine »* sur son compte Instagram. Dix-huit artistes locaux ont par ailleurs investi les lieux de leurs travaux – photo, tapisserie, sculpture… Côté déco, les designers et architectes de Ciguë, basés à Montreuil, se sont largement inspirés de l'architecture moderniste de l'ancien Fenix Hotel et de sa façade des années 70.
acehotel.com


6

ÉTATS-UNIS

Memphis
THE CENTRAL STATION MEMPHIS (7 et 8)

Beale Street, le « berceau du Blues », qui vit aussi les grandes heures du jazz et du rock'n'roll, est à moins de deux kilomètres de The Central Station Memphis. L'hôtel invite à ouvrir grand les oreilles avec sa collection de plus de 4 000 vinyles en lien avec Memphis et ses platines. Les DJ s'y relaient pour infuser le mood de la soirée, mais les hôtes, aussi, peuvent se prêter au jeu et mettre leur son. Le studio de design d'intérieur Looney & Associates a transformé cet imposant site ferroviaire en hub musical. En bon chef d'orchestre, il a imaginé un mur entier d'enceintes. Les 123 chambres de l'hôtel, membre de Curio Collection by Hilton, sont équipées d'enceintes retransmettant un mélange éclectique de sons, comme les battements de cœur de Memphis. Le bar et le lounge sont désormais des destinations musicales.
centralstationmemphis.com


7

Miami
THE GOODTIME HOTEL MIAMI

L'hôtel a fait beaucoup de bruit en ouvrant ses portes en 2021. Il faut dire que Pharrell Williams n'est pas un inconnu. Avec David Grutman, il s'est lancé dans l'hôtellerie et s'est aussitôt acoquiné avec le groupe Marriott. Sans surprise, les soirées du Strawberry Moon sont *hot*. Mais on ne vient pas seulement pour les *pool parties*. On apprécie aussi la décoration signée Ken Fulk, une explosion de couleurs pastel et de motifs dans un esprit Art déco transposé au XXIe siècle. Les 266 chambres, chic et glamour, recèlent quelques détails savoureux, comme ce téléphone accroché au mur et vu dans de nombreuses séries américaines d'hier.
thegoodtimehotel.com


8

PHOTOS : SDP - DESA POTATO HEAD - RMC / MAREN SCHARNHÖRST - NICHOLAS WORLEY - BILL GEORGOUSSIS - MEMCU! - JULIE SOEFER

80



The Good Lab
Pénétrez le labo secret de L'Oréal, producteur de peaux artificielles.

74



The Good Brains
Sept talents au sommet.

78



The Good Designer
Ramdane Touhami, le directeur artistique amoureux des grands espaces.

76



The Good Boss
Le plan de la nouvelle CEO d'Audemars Piguet pour aller encore plus loin.

90



The Good Idea
Des toiles de maîtres
comme des originaux.



84

The Good Mentor
Entretien exclusif avec Bertrand Piccard :
attention, écologie positive en vue.

The Good Brains

PAGES 72 – 91



Notre mont Rushmore

Le regard porté vers les cimes, ces sept têtes pensantes convoitent les sommets chacune à leur manière, avec un fatbike ultraléger, une doudoune iconique ou en interrogeant la neige de culture face à la culture de la neige. Imaginer autre chose, voir plus loin, déplacer des montagnes, voilà ce qui les réunit.

PAR LAURA CORDIN



STEVE KACZMAREK
SON FATBIKE PREND DE L'ALTITUDE

Si ses jeunes années l'ont porté au sein des meilleurs de la voile de compétition, c'est sur les terres rouges de Colorado Springs que Steve Kaczmarek a planté les statuts de la société Borealis dont il est le CEO fondateur. L'entreprise est la reine internationale du fatbike, ce vélo originaire d'Alaska dont les pneus surdimensionnés et peu chargés en pression impriment leur agile flottaison sur les sols neigeux ou gelés des escapades hivernales. Lancée en 2013, Borealis a démarré sur les chapeaux de roues. Sous la gouverne expérimentée de cet aventurier des affaires, la griffe est aujourd'hui devenue une valeur sûre. Steve Kaczmarek sut d'abord enchaîner les missions gagnantes dans des industries de pointe. Cette vision avant-gardiste, le serial entrepreneur a su l'inoculer dans la conception de ses vélos à gros pneus. Et c'est avec une belle longueur d'avance que Steve Kaczmarek a conçu l'un des tout premiers fatbikes premium en fibre de carbone, lui qui, très tôt, eut conscience de l'impact de ces matériaux innovants sur le poids et la vitesse des voiliers. La légèreté, clé du succès du fatbike Borealis. La marque annonce 30 000 combinaisons spécifiques. Le prix de ses vélos véloces peut s'envoler jusqu'à 8 000 dollars.



LILIANA LEALI ET DOMENICO ALCIDE
LEUR MAESTRIA WELLNESS AU CŒUR DES DOLOMITES

Ce couple toscan a hissé le bien-être sur les plus hauts sommets du luxe. Sa dernière création, l'hôtel Lefay Resort & Spa Dolomiti, sublime cathédrale de verre et de bois truffée de services hôteliers à la carte arrime les superlatifs des observateurs les plus avisés de cet univers du *wellness* en pleine ascension. Il s'inscrit dans la lignée de la signature italienne Lefay Resorts, qu'ils ont su faire éclore avec intuition en 2006, sur ce marché du bien-être qu'ils conjuguent sur des sites d'exception où la nature est reine et le luxe délibérément chaleureux et subtil. L'immersion que Domenico Alcide et Liliana Leali proposent cet hiver a pour décor le Val Rendena, au cœur du Trentin-Haut-Adige millénaire et de la majestueuse région des Dolomites, classée au patrimoine mondial de l'Unesco. Une offre d'avant-garde en ce qu'elle unit dans un même concept résidence 5 étoiles, table d'exception et spa d'anthologie de 5 000 m², sans oublier un bassin de nage à l'attention des sportifs. Ces entrepreneurs toscans n'en sont pas à leur premier sujet d'étude sur cette planète premium du loisir et du bien-être. Le Spa Dolomiti vient s'ajouter à deux autres lieux de rêve, accueillis par une rafale de prix internationaux. Et la griffe italienne entend désormais poursuivre son développement d'excellence hors des frontières transalpines via une nouvelle escale en Suisse.



GUILLAUME GANSERT VERSUS HUGUES FRANÇOIS
LA POUDREUSE ARTIFICIELLE, UNE FAUSSE PISTE ?

Guillaume Gansert défend l'avenir de son « métier magique » qu'il exerce au clair de lune, quand les enneigeurs propulsent cet alliage d'eau et d'air, ces petites billes de glace qui cristalliseront bientôt pour remplacer la neige que le ciel n'envoie plus assez. *« Il en va de la vie des stations et du travail des gens qui y vivent,* rappelle le président de l'association des professionnels de la neige de culture. *La technologie va nous sauver ! »* Une technologie sans cesse plus affinée, qui travaille à réduire son empreinte carbone par une consommation d'énergie optimisée. Ingénieur de recherche à l'Inrae (Institut national de recherche pour l'agriculture, l'alimentation et l'environnement), auteur d'une étude menée par une équipe franco-autrichienne en collaboration avec l'Inrae et Météo France portant sur l'enneigement de 2 234 stations européennes de sport d'hiver, Hugues François prône la sobriété. L'étude scientifique la plus complète à ce jour sur l'efficacité des canons à neige montre que cette production de neige artificielle a sauvé les saisons au cœur des Alpes, condamnées sans ce soutien. Mais elle place aussi le curseur sur la rentabilité de tels investissements sur certains massifs, alors que cette technologie réclame des températures basses… de moins en moins garanties. *« Ce qui est technologiquement faisable n'est pas forcément entièrement souhaitable »,* observe le chercheur.

Et l'investissement dans la neige de culture pourrait handicaper la capacité d'adaptation d'une station au problème du réchauffement. »



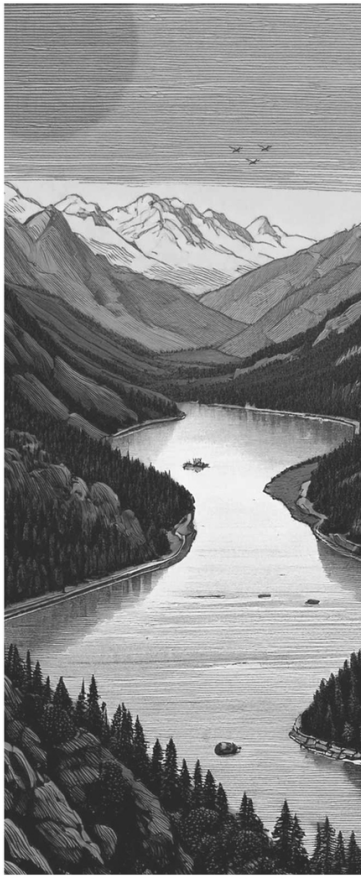
REMO RUFFINI
SA DOUDOUNE MÉDAILLÉE

Il ne fallait pas trembler pour oser transformer la doudoune tricolore médaillée des JO de 1968 à Grenoble en reine italienne des *happy hours* des années 2010. Mais Remo Ruffini ne tremble pas. Celui que l'on qualifie de rationnel créatif sait prendre des virages à la corde et trancher dans le vif. Et pas seulement pour, à ses débuts, prendre ses distances avec ce 100 % montagne que l'excellent skieur de Saint-Moritz adore. En 2004, alors qu'il a fait de Moncler une griffe branchée de doudounes rouge et bleu, des tons qui riment tellement avec sa jeunesse dorée de paninaro, Remo Ruffini tourne la page. La belle sportive s'essouffle ? Cap sur son autre destin, celui de star mondiale du *streetwear* de luxe. Comme si le flair du visionnaire autodidacte avait pu – aussi – lui indiquer l'arrivée imminente d'un vent doux et pernicieux susceptible de faire fondre la belle poudreuse alpine et sa rentabilité paradisiaque. Une intuition fabuleuse, doublée d'un légendaire sens du détail, qui vaut aujourd'hui à Moncler de poursuivre son insolente montée en puissance. Convoitée par Kering, fiancée désormais à LVMH (via une participation de 10 % dans une holding contrôlée par Remo Ruffini), cotée au zénith à la Bourse de Milan, Moncler est ce joyau qui fait de Remo Ruffini un chef d'entreprise comblé, dont le moindre déplacement au siège de Moncler, à Milan, s'accompagne du plus beau des prix : *« Grazie presidente ! »*



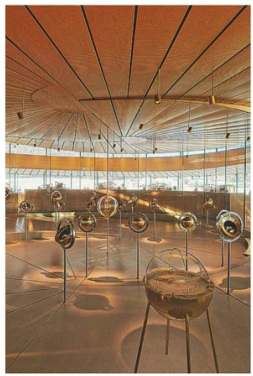
ALON LUMBROSO
SON « SYSTEM » CONNECTE LES SKIEURS

Les températures polaires, les pistes noires et leurs sinuosités hyperexigeantes, les randonnées nordiques bordurées de sapins, aucun obstacle ne semble pouvoir venir perturber l'imperturbable communicabilité du *Packtalk ski*, ce casque adressé aux skieurs et aux snowboarders. Une petite prouesse technologique signée Cardo System, pépite de la tech israélienne qui règne en maître sur ces systèmes de communication sans fil destinés aux motards et aux sportifs, et dont Alon Lumbroso est le CEO. La start-up Cardo System (parmi les toutes premières, en 2003, à avoir cru dans la technologie Bluetooth des oreillettes) avait déjà entamé son euphorique croissance quand cet expérimenté ès gestion et direction d'entreprises internationales en a pris les commandes en 2019. Mais c'est sous la gouverne de ce féru de deeptech que Cardo System a négocié un virage décisif : produire le tout premier casque bluetooth à destination des motards. Une première mondiale, un concentré d'innovation qui bénéficie du soutien R&D du Cardo Sound Labs, un centre de recherche européen basé en Bavière. Une équipe de scientifiques vétérans, spécialistes en acoustique et en électronique, s'attèlent à neutraliser les bruits, les vibrations et les secousses… dont bénéficient les skieurs casqués !



ILLUSTRATIONS : CHRIS BARBETTE / IA

Ilaria Resta : « Chez Audemars Piguet, il est important d'aimer les gens avec qui on travaille »



La nouvelle dirigeante de la manufacture horlogère du Brassus, en Suisse, dresse le bilan de ses premiers mois aux commandes de cette entreprise indépendante et familiale et détaille sa stratégie pour les années à venir.

PROPOS RECUEILLIS PAR RÉMY DESSARTS

Vous avez pris vos fonctions en janvier 2024. Quelles ont été vos premières actions ?

Pendant les six premiers mois, j'ai passé du temps avec les équipes, découvert la marque, son histoire, son ancrage. En prenant mes fonctions, le 1er janvier, j'ai défini avec ces mêmes équipes nos priorités pour les années à venir. Dans un contexte de marché qui a considérablement changé par rapport aux dernières années de croissance, mon objectif est avant tout de définir les futures étapes stratégiques. Les attentes des clients changent et de nouvelles générations arrivent, comme la Gen Z. Ces dernières ont des systèmes de valeurs, des motivations d'achat et des intérêts très différents.

Chaque dirigeant ayant son propre style, qu'allez-vous changer dans le management de l'entreprise ?

En matière de management, je me vois au centre de l'entreprise avec un leadership circulaire plutôt que vertical, afin de rester toujours disponible pour mes collaborateurs. Lorsque nous imaginons la forme d'une organisation, nous pensons généralement à une pyramide au sommet de laquelle se tient le P-DG. C'est un modèle auquel je ne crois pas. Pour moi, il doit être plus inclusif. Il est primordial pour un dirigeant de rester connecté à la réalité, de disposer d'un accès direct à ses collaborateurs et au terrain. Selon moi, la réussite se résume en trois mots : *love, learn, legacy.* Il est important d'aimer les gens avec qui on travaille, d'aimer ce que l'ont fait, de continuer à apprendre, de rester curieux et de s'efforcer de laisser une trace, un héritage positif derrière soi.

Comment l'activité d'Audemars Piguet a-t-elle évolué depuis le début de l'année 2024 ?

Notre activité est constante et la croissance continue ; nous avons d'ailleurs récemment terminé la première partie de notre nouvelle manufacture, au Brassus, qui nous permettra de réunir sous le même toit tous les collaborateurs des sites de production de la vallée de Joux. En ce qui concerne le business, nous continuons de développer notre réseau et notre expérience client. Cette année, nous avons ouvert un certain nombre d'AP Houses, notre concept de boutique-appartement, afin de renforcer notre stratégie *people to people.* La plus grande à ce jour, l'AP House de Milan, a été inaugurée en début d'année. C'est un lieu magnifique, conçu en collaboration avec la maison Lissoni. Elle nous permet d'accueillir tous les passionnés d'horlogerie dans un environnement chaleureux favorisant les échanges et la découverte. D'autres AP Houses de cette ampleur, en France et ailleurs, verront prochainement le jour… Nous avons également lancé un nouveau concept, appelé AP Lab, un lieu où aucune montre n'est vendue. Il est ouvert au public et permet à tous d'en apprendre plus sur l'univers d'Audemars Piguet. Le premier AP Lab a été inauguré à Tokyo, dans le quartier d'Omotesando.

Qu'attendez-vous des derniers mois de l'année ?

Sans rien pouvoir vous révéler, je vous promets de belles surprises pour la fin de l'année 2024 dans notre collection *Royal Oak Concept.*

D'une façon générale, comment le marché mondial de l'horlogerie de luxe se porte-t-il ? Certains pays vous inquiètent-ils plus que d'autres ? À l'inverse, certains marchés sont-ils mieux orientés que prévu ?

Le marché de l'horlogerie a toujours été fluctuant. Cependant, les tensions géopolitiques ainsi que l'incertitude économique affectent davantage certains secteurs, notamment ceux du luxe et de l'horlogerie. Mais je ne



PHOTOS : SDP / MUSÉE-ATELIER LE BRASSUS

suis pas inquiète pour Audemars Piguet et sa capacité à résister. Malgré un contexte difficile, nous sommes en croissance par rapport à l'année dernière et nous augmentons nos parts de marché. La réputation et l'attrait de la marque sont au plus haut… En tant que leader, je dois toutefois rester vigilante et continuer à étudier le marché et ses dynamiques, comprendre les clients et, surtout, innover. Nous devons rester agiles pour pouvoir nous adapter rapidement à une situation en constante évolution. C'est pourquoi l'apprentissage est, selon moi, la clé. Les dirigeants doivent se former en permanence, apprendre à se remettre en question et challenger le statu quo. Ce qui est un défi dans un secteur traditionnel comme le nôtre.

Audemars Piguet a connu une très forte croissance ces dix dernières années. Où se situent les marges de progression de la marque ?

La mission qui m'a été donnée par le comité stratégique est de préparer l'entreprise pour l'avenir en la rendant encore plus forte, désirable et indépendante. Nous devons rester pertinents pour les générations futures et ne pas nous reposer sur nos acquis. Il est important pour moi d'ouvrir les portes de notre industrie afin de permettre à tous les passionnés de découvrir notre univers. C'est ce que nous faisons à Tokyo, par exemple, avec notre AP Lab.

Quelle sera votre politique en matière d'innovation produit ? Sera-t-elle différente de celle opérée par votre prédécesseur ?

L'innovation est l'un des moteurs de la réussite d'Audemars Piguet depuis sa création. C'est pourquoi elle est au cœur de nos priorités stratégiques. En ce qui concerne les produits, elle est divisée en trois vecteurs : l'innovation horlogère (les complications, les mouvements), l'exploration de matériaux (le travail que nous faisons sur la céramique en est un bon exemple, ainsi que les nouvelles matières récemment proposées comme le BMG ou le carbone forgé CFT), et la qualité de l'habillage de nos pièces (les finitions, les décorations). L'innovation sur nos produits est cruciale, mais l'expérience que nous pouvons offrir l'est également. Je souhaite ouvrir les portes d'Audemars Piguet au plus grand nombre.

Le chantier du campus et du nouveau siège avance-t-il comme vous le souhaitez ? Quand sera-t-il inauguré ?

La première phase du projet de la nouvelle manufacture du Brassus est désormais terminée. Cet été, les premiers collaborateurs ont pu découvrir leur nouvel espace de travail dans le bâtiment qu'on appelle l'Arc. Nous entamerons la seconde partie du projet début 2025. Cette nouvelle manufacture nous permettra de revoir les flux de travail et de favoriser les échanges d'idées entre collaborateurs. C'est un véritable atout pour encourager l'innovation ! Dans la même optique, en 2023, nous avons également lancé les travaux de notre nouvelle manufacture de Meyrin, dans le canton de Genève, qui sera inaugurée à la fin de l'année prochaine. ■

PARCOURS

- **1993-1997 :** diplômée en économie et marketing de l'université de Naples-Frédéric-II.
- **1997-2020 :** occupe plusieurs postes à responsabilités pour les marchés européens et d'Amérique du Nord chez Procter et Gamble.
- **2020-2023 :** présidente des divisions Parfumerie et Ingrédients de Firmenich, puis Parfumerie et Beauté du groupe DSM-Firmenich.
- **2024 :** CEO d'Audemars Piguet, depuis le 1er janvier.



Ramdane Touhami, la montagne au cœur

Après Cire Trudon et Officine Universelle Buly, le directeur artistique et *serial* entrepreneur Ramdane Touhami tutoie les sommets, dans tous les sens du terme.

PAR BÉRÉNICE DEBRAS

Rencontrer Ramdane Touhami relève de l'impossible. L'homme ne tient pas en place. *« Ma vie est un chaos assumé, mais je ne sais pas vivre autrement »*, nous dit-il. Un jour, il est à Tokyo, l'autre, à Bombay, le jour suivant, à Bangkok, puis au mont Kenya. Les montagnes, comme l'échelle sociale, Ramdane aime les grimper. Il est obsédé par les sommets. Pour ce fils d'ouvrier agricole, l'école n'est pas son truc. Au mieux, il y écoule ses tee-shirts ornés du mot « Teuchiland », qui s'arrachent comme des petits pains dans la cour de récréation. Arrivé à Paris, où il dort un temps dans la rue, il fonde un concept-store qui n'a rien à envier à celui de Colette. Joyeux luron plein d'humour, il a alors une tchatche débordante et, surtout, un enthousiasme contagieux, doublé d'un aplomb qui frôle l'arrogance. Avec mille idées à la minute, il flaire l'air du temps à venir. Un Japonais le repère et lui demande de redessiner ses boutiques. Sa carrière enfin lancée ressemble à une montagne russe, mais l'homme se relève toujours. Obstiné, c'est un bourreau de travail. En 2006, il rallume la flamme de la maison Cire Trudon, travaille sur de nouveaux parfums et lance les fameuses cloches à bougie, maintes fois copiées depuis. Avec sa femme, Victoire de Taillac, il imagine ensuite une marque de parfums et de cosmétiques en réveillant l'histoire d'un distillateur, parfumeur et cosméticien tombé dans la poussière des siècles. Officine Universelle Buly ouvre en 2014, à Paris, dans le décor hyperréaliste d'un apothicaire d'autrefois. Tout est fait dans les règles de l'art, à l'ancienne. *« Je voulais montrer qu'un "reubeu" peut créer le truc le plus* old school *possible et faire revivre l'art de la calligraphie. »* L'entreprise est vendue en 2021 à LVMH. *« Nous avions quatre boutiques à Paris et soixante-six à l'étranger. »* Le téléphone de Ramdane sonne. En fond d'écran, pas de photo de ses trois enfants, mais le visage d'Élisée Reclus (1830-1905). *« C'est un communard et le plus grand géographe français de tous les temps. Il a écrit* Histoire d'une montagne *alors qu'il était en exil en Suisse. »* C'est justement en Suisse, à Mürren, que Ramdane Touhami a acheté son premier hôtel, le Drei Berge Hotel, qui entame sa seconde saison hivernale. Ambiance *Twin Peaks* sous champi, explosion de couleurs et de motifs, depuis la moquette jusqu'au haut des murs…

Taillé pour l'aventure

L'entrepreneur signe ce décor cinétique avec Art Recherche Industrie, l'agence de direction artistique tous azimuts qu'il a fondée. Enfin, à tout juste 50 ans, il déplace les montagnes à Paris, dans sa nouvelle adresse à tiroirs située dans le Marais. Words, Sounds, Colors & Shapes y propose des vêtements Drei Berge. *« C'est la première marque de montagne sans plastique. On travaille le Ventile, seul tissu que les aventuriers utilisaient avant la généralisation des matières synthétiques. »* On trouve aussi A Young Hiker, regroupant 42 marques japonaises et américaines de montagne, et un café permettant de parler cordée et sommet. Une volée de marches et voilà une galerie d'art contemporain et la Société helvétique d'imprimerie typographie (une imprimerie rachetée par Ramdane Touhami), qui invite à revenir au temps du papier et à feuilleter les éditions de livres et de magazines faits maison. *« Le "cool" doit aujourd'hui parler de l'écologie et de la justice humaniste sur la planète. C'est un combat impossible à mener frontalement. Il faut l'amener par le goût et l'esthétique, par un "waouh, c'est beau !" »* D'où The Radical Media Archive, qui présente une partie des 22 000 revues révolutionnaires collectionnées par Ramdane. *« J'ai l'air capitaliste, mais je suis très extrême gauche »*, sourit-il. L'homme n'a jamais mâché ses mots, en bon « anarcho-*mountaineer* ». ■

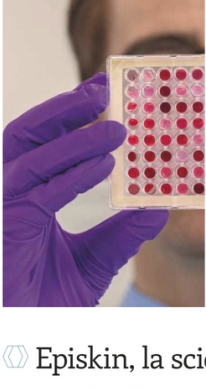
1. Ramdane Touhami, le designer, créateur de mode, décorateur, DJ… qui, tel le roi Midas, transforme tout ce qu'il touche en or.

PHOTO PIERLUIGI MACOR



LE PLUS DESIGN DES MAGAZINES DE DÉCO

EN VENTE ACTUELLEMENT





1

LA R&D L'ORÉAL EN CHIFFRES

- **800 chercheurs,** dont 650 en France, mènent des travaux de recherche avancée, de développement de molécules, d'études sur le microbiome, etc. pour L'Oréal.
- **600 brevets,** en moyenne, sont déposés chaque année par les équipes de recherche avancée, dont plus de la moitié par des femmes.
- **150 clients** dans le monde utilisent les peaux reconstruites d'Episkin, dont des hôpitaux, des industriels de la cosmétique, des universités…
- **17 méthodes** de tests des produits cosmétiques, alternatives aux tests sur animaux, développées par L'Oréal depuis 1998, sont validées par l'OCDE et ont valeur de standards (irritation oculaire, sensibilisation, corrosion…).

Episkin, la science dans la peau

Pour ne plus avoir à tester ses produits sur les animaux et afin de permettre le développement de nouveaux traitements cutanés, L'Oréal s'est spécialisé dans la production de peau reconstruite en laboratoire et en est devenu la référence mondiale.

PAR SOPHY CAULIER

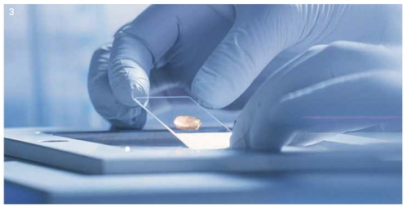
Pour s'assurer qu'un shampoing ou un mascara ne pique pas les yeux, ou encore qu'un écran solaire protège bien à la hauteur de l'indice indiqué sur l'emballage, les marques de produits cosmétiques ou de maquillage procèdent à de nombreux tests tant des ingrédients que des produits finis. Or, la législation européenne interdit les tests sur les animaux depuis 2004 pour les produits finis et depuis 2009 pour les ingrédients qui les composent. Il a donc fallu développer de nouvelles méthodes pour s'assurer de l'efficacité, mais aussi de l'innocuité des produits. Episkin, le laboratoire lyonnais du groupe L'Oréal, qui travaillait déjà sur ce sujet avant l'existence de cette loi, est devenu la référence mondiale de la production de peaux reconstruites. Pour « produire » de la peau, Episkin cultive des cellules en laboratoire en les faisant se reproduire. Matière vivante et protectrice, les cellules de la peau se multiplient facilement lorsqu'on les place dans un milieu de culture, soit pour combler un trou, soit pour protéger la couche inférieure, comme c'est le cas lors de la cicatrisation. La peau ainsi reconstruite présente les mêmes caractéristiques que la peau, la muqueuse ou la cornée humaines. Il est alors possible de faire subir toutes sortes de tests et de traitements à ces échantillons afin d'étudier la manière dont la peau réagit. Précurseur dans ce domaine, L'Oréal a produit le premier épiderme – couche superficielle de la peau – en 1979, ce qui l'a amené à cesser les tests sur animaux dès 1989, soit près de quinze ans avant que la loi les interdise. Dans la foulée, le groupe a créé Episkin, en 1992, pour poursuivre ses travaux de recherche, mais aussi pour industrialiser et commercialiser ses productions. *« Depuis les années 90, les innovations et les sauts technologiques ont considérablement fait évoluer notre activité et complexifié les peaux que nous produisons. Nous pouvons, par exemple, pigmenter des peaux avec des mélanocytes et observer la réponse biologique à différents rayonnements, voir dans quelles conditions une protection solaire est efficace et pour quel type de peau »,* illustre Nathalie Seyler, directrice générale d'Episkin. Ces peaux reconstruites sont commercialisées dans le monde entier. Episkin livre régulièrement quelque 150 clients, industries, universités, hôpitaux, sur les cinq continents. *« Y compris à certains de nos concurrents »,* précise Nathalie Seyler. L'Episkin Academy forme leurs personnels à l'utilisation des peaux. À ce jour, 1 500 utilisateurs ont bénéficié de ces formations.

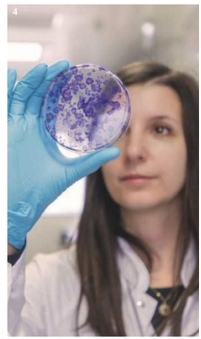
La peau sous toutes les coutures

Les travaux menés par Episkin permettent aux équipes de recherche avancée de L'Oréal, pour l'essentiel basées sur le campus d'Aulnay-sous-Bois (Seine-Saint-Denis), de développer de nouvelles molécules propriétaires qui font l'objet de brevets comme, par exemple, Ceramide R, qui renforce les cils, Pro-Xylane, l'ingrédient anti-âge,

1. 3. et 4. Après avoir percé les secrets de l'épiderme, Episkin s'intéresse au derme.
2. Le campus d'Episkin, à Aulnay-sous-Bois.







ou le dernier en date, breveté en 2023, le Melasyl, un actif antitaches. Une fois ces nouveaux ingrédients mis au point, leurs caractéristiques ont été testées et validées sur les peaux produites par Episkin et, à l'aide de la plate-forme Skin Technology, présentée à VivaTech en mai 2024. Cette plate-forme associe les progrès accomplis les plus récents en biologie, en mécanique et en électronique pour créer des modèles de tests très variés et répondre à un thème précis de recherche ou d'innovation. Après l'épiderme, le laboratoire s'est intéressé à la seconde couche de la peau, le derme, et a étendu ses travaux à l'élasticité, à la cicatrisation, aux allergies ou au photovieillissement. Grâce à la microfluidique, il est possible de vasculariser des peaux, c'est-à-dire de les doter de vaisseaux. Les technologies de biologie moléculaire permettent de modifier le comportement des cellules et de créer des pathologies précises. Les techniques de bioprinting (impression 3D de cellules) contribuent à améliorer et à multiplier les modèles de peau reconstruite. *« Tout cela nous permet de réaliser des tests sur une large gamme de peaux, de toutes les couleurs, de différentes textures, et donc de considérer la diversité et la complexité humaine, d'être au service non seulement de la beauté, mais aussi de la santé »*, souligne Valérie Michaut, directrice R&D, technologies prédictives humaines et environnementales.

De la cosmétique à la médecine

Episkin et l'unité de recherche avancée ont depuis longtemps étendu leurs champs d'investigation au-delà de la cosmétique. Ils développent les outils et les méthodologies pour que les chercheurs puissent mener leurs travaux sur différentes pathologies qui affectent la peau. Depuis 2003, par exemple, ils partagent leurs technologies pour faire progresser les travaux de recherche sur la maladie des « enfants de la Lune », maladie génétique extrêmement rare qui interdit aux enfants qui en sont atteints de s'exposer aux rayons ultraviolets. Les équipes travaillent également sur la bio-impression 3D. Une gageure, car la peau étant une matière vivante, il faut en contrôler très précisément l'empilement des cellules. Episkin travaille en partenariat avec l'équipe du professeur Dalton, de l'université d'Oregon, aux États-Unis, sur une construction d'échafaudage qui reproduit la structure de la peau afin que les cellules se comportent comme elles le font dans le corps humain. Cette technique est également explorée en collaboration avec les chercheurs de l'hôpital Percy, à Clamart, qui traite notamment les grands brûlés. Puisqu'elle rend possible la vascularisation des peaux et bientôt leur innervation, la bio-impression en échafaudage pourrait favoriser la production de peaux reconstruites qui coloniseraient rapidement leur environnement et accéléreraient la prise des greffes. Les progrès technologiques, en se conjuguant, n'ont pas fini d'ouvrir de nouvelles pistes de recherche. *« Nous contribuons ainsi à quelque chose de plus grand que nous »*, conclut Valérie Michaut. Pour le meilleur. ■

PHOTOS : LORÉAL / JEAN-CHARLES CASLOT – LORÉAL / EPISKIN – LORÉAL / PHILIPPE GOTTELAND

Trois siècles d'audace

La marque de cognac fête les 300 ans de son fondateur, Richard Hennessy. Hommage à cet aventurier créateur à l'origine de l'une des entreprises françaises de spiritueux les plus réputées du monde.

PAR SYLVAIN OUCHIKH





La vie est parfois marquée par le hasard d'une rencontre avec une autre personne ou avec un pays. Ce fut le cas de Richard Hennessy, un ancien officier irlandais qui servit dans les armées de Louis XV, en France. Après la bataille de Fontenoy, en 1745, il découvre la France et la Charente, où il crée, avec ambition mais modestie, son entreprise de cognac. Trois siècles plus tard, Hennessy exporte 98 % de son eau-de-vie dans presque 160 pays à travers le monde, des États-Unis à la Chine, en passant par Singapour et l'Australie, sans oublier l'Europe, bien entendu. Hennessy, c'est également le H du groupe français du luxe LVMH. Pour cet anniversaire un peu particulier, deux éditions spéciales viennent compléter la gamme des produits existants. Le plus prestigieux des assemblages, Richard Hennessy, s'est coulé dans un format peu habituel de magnum – 150 cl. Il repose comme un trésor dans une magnifique carafe en cristal Baccarat. Le VS, l'un des cognacs les plus populaires auprès des consommateurs, a été relooké pour l'occasion. Ainsi, le Hennessy Very Special Founder Edition a été entièrement habillé par deux artistes irlandais (pouvait-il en être autrement quand on connaît les origines du fondateur ?) : Conor Harrington et Maser. Harrington est connu pour son habileté à fusionner les arts classique et urbain, tandis que Maser se fait un plaisir de transformer les formes géométriques abstraites.

Retour aux sources

Cette célébration est aussi un rappel que, dans la vie, tout évolue. Il faut souvent savoir faire face à l'adversité, faire preuve de résilience pour mieux repartir. Laurent Boillot, l'actuel président du cognac Hennessy, le rappelle avec justesse lorsqu'il évoque le parcours du fondateur. *« Richard Hennessy m'évoque une phrase de Neville Isdell, le fondateur d'EPIC, le musée de l'émigration irlandaise : "I left Ireland, but Ireland never left me." En ce sens, nous gardons précieusement l'empreinte de Richard Hennessy, qui continue de nous inspirer. Son esprit d'aventure et d'audace résonne encore : il a quitté l'Irlande, sa terre natale, pour s'ancrer à Cognac. Il s'est ainsi véritablement ré-enraciné, et ce avec beaucoup de fierté, dans la terre cognaçaise en y fondant une maison qui allait conquérir le monde. »* Le parcours de cette aventurier-entrepreneur est aujourd'hui retracé à travers une expérience virtuelle, créée par deux artistes français, Olivier Kuntzel et Florence Deygas, au siège de Hennessy, rue de la Richonne, à Cognac. Le visiteur se plonge dans cette épopée unique, où la créativité et l'audace ne font qu'un. L'amateur comprend alors avec clarté que le cognac est un alcool artisanal où la main de l'homme est présente à chaque étape de sa fabrication. Les divers ateliers le démontrent parfaitement, que ce soit au niveau de la distillation, du vieillissement, de l'assemblage ou de la tonnellerie, dont la visite est l'un des moments forts. Mais il y a également le travail des calligraphes pour les flacons personnalisés, des plumassiers, des maroquiniers, des tresseurs, pour aller encore plus loin dans la création d'œuvres uniques. *« Nous avons à cœur de perpétuer ces savoir-faire et ces métiers de la main qui visent le sublime. Grâce à cette maîtrise, nous sommes capables de produire jusqu'à 20 000 bouteilles par heure sur notre site de Pont-Neuf, tout en créant des pièces uniques dans notre atelier des Éditions Rares, où naissent, chaque semaine, quelques créations d'exception. C'est cette ambivalence – entre échelle industrielle et artisanat d'exception – qui fait de Hennessy une maison des extrêmes »*, détaille Laurent Boillot. Richard Hennessy en serait fier ! ■

1. et 2. Les chais de la Faiencerie (2) et Paradis (1), où sont conservées les plus rares et prestigieuses eaux-de-vie.

PHOTOS : JAS HENNESSY & CO. / JEAN-PHILIPPE LEBÉE / EXTREME – JAS HENNESSY & CO. / BENOÎT LAPRAY / EXTREME



Heritage Worldtimer, boîtier de 39 mm en or rose, fond saphir, bracelet en tissu noir, 12 700 €.

Heritage Worldtimer, l'exclusivité by Carl F. Bucherer

Depuis plus de 130 ans, la maison lucernoise repousse les limites de l'horlogerie traditionnelle afin d'offrir à sa clientèle des montres au design ultracontemporain à nulles autres pareilles. À cet égard, la nouvelle collection *Heritage Worldtimer* ne déroge pas à la règle…

Fleuron de l'horlogerie suisse, la maison Carl F. Bucherer réussit depuis 1888 la subtile alliance de l'avant-gardisme visionnaire et de la perpétuation des traditions. Passion, innovation, excellence : un triptyque inscrit dans l'ADN Carl F. Bucherer. Fidèle à l'esprit pionnier et cosmopolite de son fondateur, la marque a toujours su concilier extravagance et esthétisme à travers la symbiose de ses deux savoir-faire : une expertise horlogère et un art de la joaillerie. Aujourd'hui, le voyage se poursuit pour continuer à rendre chacune de ses créations uniques. Animé par une volonté d'innovation perpétuelle, Carl F. Bucherer présente les nouveaux modèles de la collection *Heritage Worldtimer*. Arborant des lignes raffinées aux courbes délicates, les dernières nées de la maison suisse revisitent avec brio un modèle iconique des années 50. Pour le plus grand bonheur des amoureux de la marque…

Un hommage au temps

Issu des archives de Carl F. Bucherer, le premier garde-temps *Worldtimer* est né pour répondre aux besoins d'une nouvelle génération de voyageurs avides de découvertes dans le contexte optimiste de l'après-guerre. Brouillant leur appréciation des distances, l'avènement des jets privés leur offrait le monde à portée de mains. Avec son deuxième fuseau horaire, la première *Worldtimer* représentait ainsi le compagnon de voyages idéal, à mi-chemin entre glamour et audace. Derrière un design subtilement remis au goût du jour, la nouvelle *Worldtimer* reproduit à l'identique le système ingénieux de double couronne à actionner par le porteur, qui existait déjà à l'époque. Une interprétation contemporaine qui raconte, avec tendresse, l'histoire d'une époque révolue !

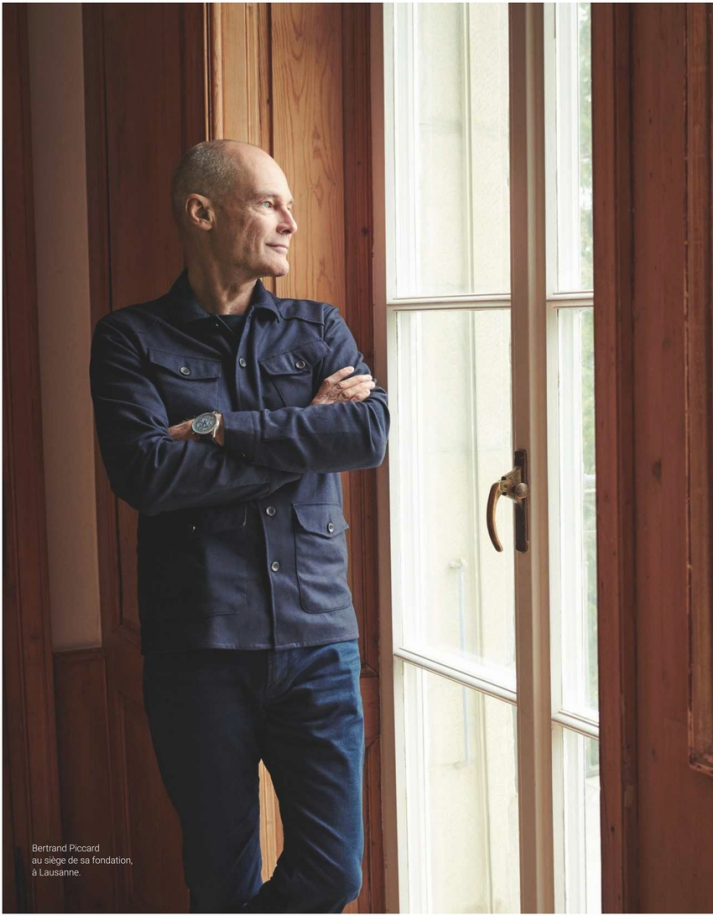
Prouesses technologiques

Mais l'authenticité ne saurait exclure l'innovation technologique. Leader de la technologie périphérique, Carl F. Bucherer se distingue des autres maisons horlogères par la finesse technique de ses mouvements de manufacture CFB A2020. Entièrement développés au sein de sa manufacture, ces cœurs qui battent dans chaque montre offrent la précision d'un chronomètre certifié COSC. Ce n'est pas un hasard si la marque lucernoise a fait le choix de révéler toute la beauté de ses mécanismes à travers le fond de ses boîtiers en verre saphir. Prouesses techniques autant qu'esthétiques, ces mouvements s'actionnent en périphérie à l'aide de roulement à billes. Une contemplation hypnotique qui suspend, pour un instant, notre course effrénée contre le temps… ■

L'ÉDITION LIMITÉE EN OR ROSE

Référence emblématique de la collection *Heritage Worldtimer* de Carl F. Bucherer, le modèle en or rose brille par son élégance et sa discrétion. Ce garde-temps contemporain à la touche délicieusement rétro offre un boîtier en or rose 18 carats, surmonté d'une glace saphir délicatement bombée dont le verre antireflet apprivoise la lumière. Jouant résolument la carte du contraste, ce modèle séduit par le dialogue réussi du cadran argent soleillé et des index plaqués or rose vers lesquels pointent les fines aiguilles. Sobre et raffiné, le bracelet en tissu noir au toucher soyeux et à la boucle ardillon en or rose 18 carats signe une esthétique intemporelle sans fausse note. Le petit plus ? Toute la prouesse technique qui entoure le mouvement automatique enrichi de la technologie périphérique innovante développée par Carl F. Bucherer se laisse entrevoir à travers le fond du boîtier en verre saphir. Une édition limitée dont l'exclusivité se résume à 88 pièces !

PHOTO : DR



Bertrand Piccard
au siège de sa fondation,
à Lausanne.



Bertrand Piccard «L'économie verte rentable, c'est tout l'inverse de la décroissance»

Il a fait le tour du monde sans énergie fossile, en ballon puis en avion solaire. En 2028, ce sera à bord du premier avion à hydrogène vert. Son but : démontrer le potentiel des technologies propres et inciter gouvernants et industriels à s'en emparer pour effectuer la nécessaire transition écologique. Sa Fondation Solar Impulse a déjà mis en avant 1 750 solutions.

PROPOS RECUEILLIS PAR BÉATRICE BRASSEUR // PHOTOS MARCEL HARTMANN

The Good Life : quel est le but de la Fondation Solar Impulse ?

Bertrand Piccard : écologie et économie peuvent et doivent aller de pair. Nous avons labellisé 1 750 solutions immédiatement applicables, capables de protéger l'environnement de façon rentable. Ce sont des produits, des processus ou des services émanant de grandes entreprises et de start-up, qui contribuent au développement durable dans les domaines de l'eau, de l'énergie, de la mobilité, des constructions, de l'industrie, de l'agriculture, ainsi que de la consommation et de la production responsables. Elles ont le potentiel de créer des emplois et de stimuler la croissance économique tout en réduisant les émissions de CO_2 et en préservant les ressources naturelles. Elles offrent un avantage concurrentiel aux innovateurs qui les ont conçues et à leurs clients. Évaluées par des experts indépendants sur leur faisabilité technique, leurs bénéfices environnementaux et leur rentabilité, elles reçoivent le label Solar Impulse Efficient Solution.

À qui présentez-vous ces solutions ?

Aux gouvernants et aux décideurs économiques. Chaque fois que je parle de protection de l'environnement, on commence par me dire que c'est trop cher. Or, remplacer toutes les infrastructures anciennes polluantes par des infrastructures modernes, propres et rentables constitue la plus grande opportunité économique de notre siècle, c'est un investissement plutôt qu'une dépense.

Qui vous soutient ?

D'une part, les grandes institutions européennes. En novembre, nous avons présenté à la COP29, en Azerbaïdjan, le fonds de l'efficience, créé avec la Banque européenne d'investissement, pour aider les PME à s'équiper de ressources labellisées par la Fondation. Il permettra de payer l'usage de solutions plutôt que leur acquisition, palliant l'obstacle de l'investissement initial. Le lancement test est financé à hauteur de 350 millions d'euros, le but étant de disposer de quelques dizaines de milliards… D'autre part, nous sommes soutenus par des partenaires privés (Adeo, Aliaxis, AXA, BNP Paribas, Bekaert, Breitling, Bouygues, SLB, Soprema, Schneider Electric, Engie, Movin'On…) et publics, comme les Régions Grand-Est et Ile-de-France, intéressés par notre approche basée sur les solutions. Nous travaillons avec ces entreprises pour mettre en œuvre et faire connaître ces moyens labellisés par la Fondation, plaidons auprès des politiques pour que les réglementations évoluent et que les buts environnementaux et énergétiques soient plus ambitieux, avec un cap et un cadre stricts. Nous avons développé avec la Région Ile-de-France le business-meeting de la transition écologique, du speed-dating entre fournisseurs de solutions, industriels et pouvoirs publics ou privés. Dans la Région Grand-Est, on a testé, avec Engie, un système de détection de fuites d'eau par capteurs électroniques, qui repère le point de fuite dans les conduites pour économiser des millions de mètres cubes. Un exemple parmi tant d'autres. Et nombre de ces solutions sont déjà mises en œuvre : Antismog, un boîtier pour les moteurs thermiques, qui permet de faire 20 % d'économie de carburant et diminue de 80 % l'émission de particules, mis en place à l'aéroport Nice-Côte d'Azur ; Eco Wave Power, qui produit de l'électricité avec des pistons, déjà utilisé en bord de mer ; SkyBreathe, un logiciel optimisant la consommation de kérosène en fonction des conditions météo, embarqué à bord des avions Transavia ; K-Ryole, une remorque électrique permettant de tracter 250 kilogrammes avec un vélo, utilisé chez Bouygues ; Clariter, des solvants, huiles et cires produits à partir de déchets plastiques ; Dramix, de la multinationale belge Bekaert, un système d'agrafe en acier qui rend obsolètes les grosses armatures en métal dans les constructions en béton. C'est moins polluant, avec moins de béton et moins de métal et cela a été utilisé lors de la réparation du tunnel du Gothard, en Suisse. Toutes les solutions labellisées Solar Impulse et leurs fabricants sont répertoriés sur le site de la Fondation.

« TOUTES LES SOLUTIONS EXISTENT DÉJÀ ET LES LOIS SONT LÀ POUR FORCER LA SOCIÉTÉ À ÉVOLUER »

Est-ce que c'en est fini du greenwashing ?

Certaines entreprises sont encore malhonnêtes. Nous travaillons avec celles qui veulent réellement verdir leur production. Notre monde est polluant parce que nous continuons d'utiliser les vieilles infrastructures,

BIO EXPRESS

Bertrand Piccard avait un grand-père physicien, Auguste, qui inventa la capsule pressurisée, à bord de laquelle il fut le premier homme à explorer la stratosphère, en 1931. Il inventa aussi le bathyscaphe pour explorer le fond des océans. Hergé s'inspire de lui pour son personnage du professeur Tournesol. En 1960, son père, Jacques, océanographe, plonge à bord d'un bathyscaphe dans la fosse des Mariannes, le point le plus profond des océans, dans le Pacifique. Bertrand Piccard, né en 1958, en Suisse, assistera, enfant, à six décollages d'*Apollo*, à cap Canaveral, invité par Wernher von Braun, l'inventeur des fusées *Apollo* et ami de la famille. Le virus de l'exploration ne le quittera plus. Médecin psychiatre de formation, il est champion d'Europe de voltige en aile delta en 1985, il réalise le premier tour du monde sans escale en ballon en 1999 et le premier tour du monde sans carburant en avion solaire en 2016. Il pratique l'autohypnose pour dormir un minimum pendant le vol. Pionnier des technologies propres et économiquement viables, il est aussi le créateur de la Fondation Solar Impulse, conférencier international et auteur de *Changer d'altitude* (Stock, 2014) et de *Réaliste. Soyons logiques autant qu'écologiques* (Stock, 2021).

les vieux systèmes, les vieux produits et les vieilles machines. Il faut créer des incitations pour utiliser les technologies modernes et instituer des normes et des standards qui obligent à les utiliser, pour que la mobilité et l'industrie soient propres. Il faut cesser de gaspiller 30 % de l'alimentation, de gâcher l'eau, de relâcher la chaleur par les cheminées des usines ou de refroidir les datacenters avec de l'air conditionné, alors qu'on peut récupérer la chaleur pour chauffer un quartier ou produire de l'eau chaude sanitaire. Une pompe à chaleur économise jusqu'à 80 % de la facture d'énergie. La Fondation travaille avec la Banque européenne d'investissement pour créer un fonds qui en finance l'utilisation et non la propriété. Toutes les solutions existent déjà et les lois sont là pour forcer la société à évoluer.

***Solar Impulse* était le nom de l'avion solaire à bord duquel vous avez effectué un tour du monde en 2015-2016, en 17 escales. Vous préparez un nouveau tour du monde avec *Climate Impulse,* le premier avion à hydrogène vert. Quel en est le but ?**

Montrer à ceux qui pensent qu'il n'y a pas de solution ni d'avenir qu'on peut toujours faire mieux et plus que ce qu'on croit, que les technologies propres fonctionnent. Remettre un peu d'enthousiasme dans cette action climatique qui est souvent présentée comme sacrificielle, ennuyeuse et chère plutôt que de manière motivante, fédératrice et galvanisante.

De quel budget disposez-vous et qui vous soutient dans cette aventure ?

À peu près 80 millions de francs suisses *[85,062 M €, NDLR].* Parmi nos partenaires essentiels se trouve Syensqo, une entreprise belge, spin-off du groupe Solvay, dont les matériaux composites (fils de carbone nouvelle génération, membranes pour les piles à combustible) apporteront la légèreté ainsi que les propriétés mécaniques et thermiques nécessaires, tout en permettant une conception plus compacte de la structure. Nous sommes soutenus également par l'université Mohammed VI polytechnique (UM6P), le Groupe OCP, leader mondial des engrais phosphatés, qui veut se convertir à l'hydrogène, et Breitling.

Quel est la particularité de cet appareil ?

Il fonctionne à l'hydrogène vert liquide avec des piles à combustible. Concrètement, l'électricité verte électrolyse l'eau pour produire l'hydrogène qui est ensuite liquéfié, stocké dans l'avion dans des réservoirs thermiques et conservé à – 253 °C. Les piles à combustible alimentent les moteurs électriques de l'avion.

Quel est votre plan de vol ?

Un tour du monde en neuf jours sans escale. Plusieurs pays, dont le Maroc, les Émirats arabes unis (Abou Dhabi), Oman… nous ont proposé d'accueillir le départ. Nous n'avons pas encore choisi.

Où l'avion *Climate Impulse* est-il construit ?

Aux Sables-d'Olonne, par l'entreprise 49 Sud, spécialiste du carbone utilisé pour les bateaux ; et nous bénéficions des conseils d'Airbus, d'ArianeGroup, de Capgemini et de l'avionneur Daher. Nous ferons nos vols d'essai en 2026 sur l'aéroport international Tarbes-Lourdes-Pyrénées, adjacent au site de l'usine Daher.



Votre acolyte est Raphaël Dinelli. Tout le monde connaît le navigateur (cinquième de la Transat Jacques-Vabre 1997 et plusieurs Vendée Globe et une Route du Rhum à son actif), mais peu savent qu'il est aussi pilote d'avion et ingénieur en matériaux composites…

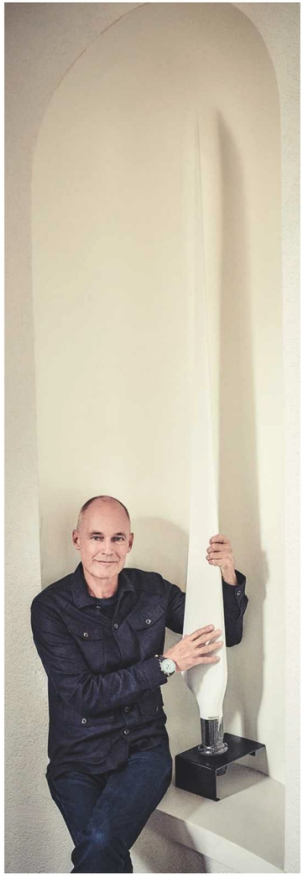
J'ai toujours eu envie d'accomplir le tour de monde sans émission et d'un seul trait. Seul l'hydrogène le permet. Raphaël avait le même rêve. Il possède les compétences pour construire l'avion, moi, celles pour motiver des partenaires et gérer le projet. Nous volerons ensemble.

Jusqu'à quelle vitesse peut-on voler, avec de l'hydrogène vert ?

Climate Impulse est deux fois plus lourd et deux fois plus petit que *Solar Impulse.* Mais il vole aussi quatre fois plus vite, jusqu'à 180 km/h.

Airbus développe cette technologie pour des vols commerciaux à l'horizon 2035. Comment se positionne *Climate Impulse* par rapport à cela ?

Il n'y a quasiment pas de demande pour l'hydrogène vert, et quasiment pas d'offre pour l'instant. L'Europe a des plans de fabrication d'électrolyseurs, mais personne ne passe à l'action. Je fais le premier pas pour montrer les possibilités de cette technologie. Il faut des pionniers. En 1903, quand les frères Wright ont effectué leur premier ▸



LES DÉFIS DE *CLIMATE IMPULSE*

- **2022-2024 :** deux ans de recherche, de développement et de conception de l'avion propulsé à l'hydrogène vert.
- **2024-2026 :** construction de l'avion sous la direction de Raphaël Dinelli.
- **2026-2028 :** phase de tests.
- **2028 :** 1er tour du monde sans escale, en 9 jours, piloté par Bertrand Piccard et Raphaël Dinelli.
- **Principale difficulté :** maintenir l'hydrogène liquide à – 253 °C pendant le vol dans les deux réservoirs de 11 m^3 chacun.
- **Données techniques :** 34 mètres (envergure de l'avion), 5 tonnes (masse), 2 moteurs de 270 ch chacun, 180 km/h (vitesse) à une altitude de croisière de 3 000 mètres.

vol en avion, on pensait que jamais un avion ne traverserait un océan. Soixante-six ans plus tard, on allait sur la Lune. Pour les premières voitures, on a dit « on ne pourra jamais mettre des stations-service partout ». On l'a fait. C'est ce qui va se passer avec l'industrie de l'hydrogène : les pétroliers, qui doivent trouver une diversification et une reconversion, savent fabriquer, transporter, distribuer et vendre du gaz ou du liquide, donc l'hydrogène, c'est parfait pour eux. Ils doivent muter pour devenir des entreprises d'énergies utilisant l'hydrogène, l'électricité, les biocarburants… J'aimerais d'ailleurs que mon hydrogène vert soit fourni par un pétrolier.

L'hydrogène vert serait donc « la » solution miracle…

Il n'y a ni solution miracle ni panacée. Pour les voitures, la mobilité légère, les batteries électriques sont beaucoup plus efficientes. Mais pour les transports lourds, l'avion, le train, le bateau, l'hydrogène est plus indiqué, c'est un rapport poids/puissance. On a aussi besoin de l'hydrogène dans la métallurgie et dans la production de fertilisants pour les dépolluer. L'économie verte rentable, c'est tout l'inverse de la décroissance ! Je refuse la décroissance économique, je prône la décroissance de la consommation, de la pollution, du gaspillage, de l'inefficience. Je suis pour une industrie européenne verte qui crée de la valeur en Europe, plutôt que de continuer à acheter des produits qui viennent de l'autre bout du monde, fabriqués de manière polluante et qui ne profitent pas à notre développement économique. Il faut passer du quantitatif au qualitatif. Aujourd'hui, on fait très peu de bénéfices avec beaucoup de chiffre d'affaires. Et pour ça, on est obligés de produire beaucoup. Donc on dévore de l'énergie, on pollue, on gaspille et on paie mal les salariés, ce qui augmente les inégalités sociales. Le quantitatif mène l'économie à sa perte. Dans une économie qualitative, on remplace ce qui pollue par ce qui protège l'environnement, on produit moins, mais mieux, on n'a plus besoin d'acheter autant, on fait moins de chiffre d'affaires, mais plus de bénéfices. Passer de l'un à l'autre, c'est en grande partie faisable par la réglementation.

Vous rencontrez les gouvernants, les industriels… Qu'est-ce qui bloque ?

Je vous donne une réponse gentille ou une réponse méchante ?

Les deux !

Le narcissisme immature de beaucoup de politiciens, dans la plupart des pays, est lamentable. Comment peut-on concrétiser des visions d'avenir avec des gens dont le but unique est leur prochain mandat ? Les entreprises me donnent plus d'espoir, elles ont compris que si elles veulent être plus compétitives, elles doivent être capables d'arriver à de meilleurs résultats en consommant moins de ressources.

Travaillez-vous avec les écoles ? Car tout part de là, non ?

Nous essayons surtout d'éduquer les politiques, les financiers, les industriels, les décideurs, les acteurs, tous ceux qui ont le pouvoir aujourd'hui. Il nous faudrait bien davantage de ressources pour développer un pôle éducatif. Avis aux mécènes.

Vos exploits pionniers servent à alerter et à convaincre. À vous faire plaisir aussi ?

J'ai envie d'avoir une vie à la fois excitante et utile. Si c'est seulement excitant, c'est souvent égoïste, et si c'est seulement utile, c'est souvent ennuyeux. Les projets spectaculaires décuplent l'impact des messages. C'était le cas quand j'ai conversé en direct, depuis *Solar Impulse,* alors que je survolais le Pacifique, avec Ban Ki-moon, secrétaire général des Nations unies, pendant une séance à l'ONU.

Vous aviez rêvé d'embarquer des chefs d'États dans votre avion solaire, afin que cela serve de déclic, pour leur faire comprendre. L'avez-vous fait ?

C'était un monoplace… L'avion à hydrogène sera un biplace. J'ai déjà ma liste de passagers. Le prince Albert II de Monaco sera le premier.

Vous avez une force de conviction inépuisable, mais on vous sent quand même inquiet…

Je ne suis pas écodéprimé, au contraire, je suis écoactif, je veux être fédérateur et pas clivant. Je parle à tous les partis politiques. Mais je suis déçu par ces gens qui devraient prendre des initiatives et qui ne bougent pas, qui sont responsables de l'avenir et qui ne regardent que leur nombril. Mettre l'écologie au centre du développement économique permet de créer de nouveaux débouchés industriels, des modèles financiers et des emplois. De quoi satisfaire les écologistes préoccupés par l'environnement, la gauche, par la qualité de vie des plus modestes, le centre droit, par la croissance, et les souverainistes, par l'indépendance énergétique.

La France, en 2021, et la Suisse, cette année, ont été condamnées pour « inaction climatique ». Selon vous, est-ce du théâtre ou bien une occasion pour faire changer les choses ?

C'est une occasion fantastique pour dire à la population, « nous avons été condamnés, donc nous sommes obligés de faire plus ; par conséquent, que vous soyez d'accord ou non, on y va ! » et donc pour faire passer des mesures qui ne passeraient pas autrement. Hélas, la Suisse s'est offusquée, dénonçant une « condamnation injuste ». Se justifier d'en avoir fait « un peu » quand ce n'est clairement pas assez n'est pas la bonne réaction.

> « JE NE SUIS PAS ÉCODÉPRIMÉ, AU CONTRAIRE, JE SUIS ÉCO-ACTIF, JE VEUX ÊTRE FÉDÉRATEUR, PAS CLIVANT. JE PARLE À TOUS LES PARTIS POLITIQUES. »

Quelles solutions vertes appliquez-vous au quotidien, personnellement ?

J'ai une maison totalement isolée, une pompe à chaleur, des panneaux solaires, une voiture électrique, et pour tout le CO_2 que je n'ai pas pu diminuer dans mes activités, je paie une compensation carbone à la fondation MyClimate qui, par exemple, remplace des génératrices Diesel dans des écoles en Tanzanie par des panneaux solaires.

Que signifie « changer d'altitude » ?

Dans un ballon, pour trouver une meilleure direction, il faut changer d'altitude, donc lâcher du lest. Dans nos vies, c'est pareil, il faut se délester de nos certitudes, habitudes, croyances, dogmes pour se réorienter dans la bonne direction. Avec 8 milliards de terriens, maintenir notre mode de fonctionnement est suicidaire. Et polluer ne doit plus être légal.

D'autres exploits à venir ?

Nous ne sommes jamais à l'abri d'un nouveau rêve ! Personnellement, ça me motive qu'on me dise que c'est impossible. Cela signifie seulement qu'on n'a pas encore réussi à trouver la manière de le réaliser. Quand mon grand-père physicien a voulu faire le premier vol dans la stratosphère dans une cabine pressurisée, l'industrie aéronautique a refusé de la construire et personne n'a voulu assurer son vol. Il l'a fait, malgré tout. Quand mon père, océanographe, a plongé dans la fosse des Mariannes, à 11 000 mètres, au plus profond des océans, à bord de son bathyscaphe, les sous-marins des marines nationales ne plongeaient qu'à 300 mètres. Quand j'ai voulu faire le tour du monde en ballon sans escale, puis à bord de *Solar Impulse,* on m'a dit : impossible ! J'ai réalisé les deux, en trouvant les solutions pour le faire. Nous avons besoin de leaders qui ont une vision et qui prennent les décisions nécessaires pour réaliser cette vision. Vous connaissez la théorie du piranha ? Seul, un piranha ne peut rien, mais s'ils sont mille, ils vous dévorent. Même chose avec les solutions : il faut les appliquer toutes en même temps, partout et immédiatement. Les objectifs à 2030 sont plus utiles que ceux à 2050. Il vaut mieux en réussir la moitié tout de suite que rater tout plus tard ! ■



1

DATES CLÉS

- **2022 :** lancement de Lito. Présentations d'éditions de Collin Sekajugo à la Biennale de Venise.
- **2023 :** Lito figure au classement des Most Innovative Companies in Europe de Fast Company. Éditions Erwin Wurm et Peter Halley. Lito Masters avec la collection Van Gogh du musée d'Orsay.
- **2024 :** collection Claude Monet et édition Loris Gréaud x The Residents à l'Art Basel Shop commissarié par Sarah Andelman, à Paris. Points de distribution à la Kunsthaus Zurich, au Courtauld Institute, à Londres et au Louvre Abou Dhabi.
- **2025 :** projet d'édition avec l'artiste Billie Zangewa, représentée par la galerie Lehmann Maupin.

Lito, la révolution technologique au service de l'art

La jeune plate-forme de création et de vente d'éditions d'art entend révolutionner notre rapport à la création grâce à une technologie de pointe qui permet de restituer le grain de l'œuvre. Décryptage.

PAR MAÏA MORGENSZTERN

En 2022, Lito voit le jour avec une ambition singulière : offrir aux amateurs et aux collectionneurs d'art une nouvelle manière d'interagir avec les œuvres, en exploitant les possibilités offertes par les nouvelles technologies. Imaginé dans un contexte où les *non-fungible tokens* (NFT) et autres œuvres digitales tentent de se frayer un chemin pérenne sur le marché de l'art, Lito se positionne comme un acteur visionnaire qui combine tradition artistique et technologie de pointe. Formé dans une école de commerce et passé par l'immobilier de luxe, l'entrepreneur passionné d'art chinois John Dodelande s'associe à Joachim Marte et Marcel Summer, venus du monde de l'industrie et de la technologie. Tout commence là. Parmi les investisseurs de la première heure, Anthony Bourbon, de la start-up Feed (substituts alimentaires) et Thomas Rebaud, fondateur de la licorne Meero (plate-forme de photographie professionnelle). Ensemble, ils développent un procédé technologique breveté pour produire des éditions d'œuvres d'art texturées. Dès 2023, Lito Editions est nommée parmi les dix entreprises les plus innovantes d'Europe par Fast Company. Un succès que le cofondateur John Dodelande attribue en partie à la capacité de l'entreprise à chahuter les règles du monde de l'art. *« Le marché est arrivé à un point pivot, car il n'y a plus de nouveaux gros clients comme MBS* [Mohammed ben Salmane, le prince héritier d'Arabie saoudite, qui a acheté le *Salvator Mundi* de Léonard de Vinci, pour 450 millions de dollars, NDLR], explique John Dodelande. *Le fonctionnement parfois opaque du monde de l'art, avec ses règles désuètes, peut aussi choquer les potentiels nouveaux arrivants, qui s'intéressent à l'art, mais qui n'ont pas forcément des sommes folles à dépenser. »* S'il peut s'avérer compliqué d'acquérir l'œuvre d'un artiste populaire dans une galerie établie – prix sur demande, listes d'attente nébuleuses, système de fidélisation commerciale –, le monde de l'édition ne s'embarrasse pas d'autant de protocoles. À quelques exceptions près, le prix des œuvres est affiché sur le site, de quelques milliers d'euros à 20 000 euros, et il suffit d'envoyer un message électronique pour passer commande. Les adeptes du *flipping* (technique qui consiste à acheter une œuvre pour la revendre rapidement avec une marge) sont tout de même discrètement gardés à distance.

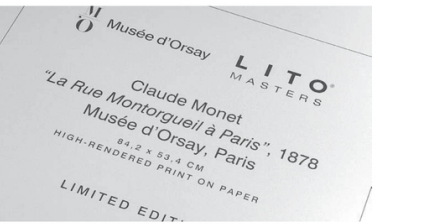
Le prix de la rareté

Grande nouveauté par rapport aux lithographies classiques, également produites en séries, les œuvres vendues par Lito sont imprimées grâce à la technologie Hi-Rnd. L'impression très haute définition développée par la firme permet aux œuvres de bénéficier d'une texture picturale d'ordinaire réservées aux œuvres dites « uniques ». Une prouesse technique mise au service de la démocratisation de l'art. En juin 2019, *Self-Portrait of You + Me (Catherine Deneuve),* de Douglas Gordon, en papier brûlé et miroir, atteignait 27 500 livres (33 000 €) chez Christie's Londres. Chez Lito, les premières éditions de *Portrait*

of a Self Portrait of a Self, as Elvis, du même auteur, de taille et de composition proches, se vendaient pour un quart de ce montant. Seule différence notable : l'image de Lito est tirée à 35 exemplaires. Libre à l'acheteur d'évaluer si la rareté a un prix. Le côté « tout inclus » séduit aussi une nouvelle clientèle biberonnée à Amazon. Chez Lito, le prix affiché comprend l'œuvre, le cadre, la TVA et la caisse de transport. La société fournit même une paire de gants blancs, typique des manutentionnaires professionnels. Un système de production redoutablement efficace, dû à la localisation de la société dans un hub industriel, à Bregenz, en Autriche. *« L'usine dispose de sept machines, et avec l'écosystème des voisins, nous avons accès à cinq autres. Il y a 30 usines dans notre zone et 5 000 dans la région. La pépinière offre un potentiel d'extension, une facilité logistique et des coûts de production inégalés »,* détaille John Dodelande. Du scan de l'œuvre à l'analyse des données, en passant par l'impression, l'encadrement, le packaging et la logistique, tout est fait sur place. Bien que le système soit industriel, Lito insiste sur le fait qu'il s'agit avant tout d'art. *« Nous ne faisons pas de vulgaires photocopies,* s'amuse le cofondateur de Lito, *chaque projet est une collaboration avec les artistes, qui débouche sur un travail original. Le projet avec Donald Sultan a pris un an de recherche et de développement ! »* Pour *Color, Nine Times,* Peter Halley a réalisé un croquis à la main qui a été transformé en 3D. L'assemblage de chaque œuvre requiert neuf heures d'impression et d'ajustements techniques, suivies de seize heures de travail à la main. Parmi les autres éditions disponibles, on trouve des travaux de Marc Quinn, Andres Serrano, Erwin Wurm et Loris Gréaud x The Residents.

Ceci n'est pas une œuvre

En parallèle des éditions contemporaines, Lito se lance, dès 2023, dans la numérisation et la reproduction de chefs-d'œuvre classiques, en collaboration avec des musées nationaux. Les images texturées de très haute définition sont directement vendues dans les institutions, pour des sommes allant de 400 à moins de 2 000 euros. *« Là, on est clairement dans la déco »,* avoue John Dodelande, qui souligne dans la foulée l'importance de l'attachement sentimental face à une image iconique. Il faut dire que le résultat est bluffant. Pour le musée d'Orsay, Lito s'est ainsi attaché à rendre les coups de pinceaux nerveux de Vincent Van Gogh posté devant l'église d'Auvers-sur-Oise en 1890. En collaboration avec le musée de l'Orangerie et Edward Enninful, alors rédacteur en chef de *British Vogue,* la compagnie a retranscrit des détails des célèbres *Nymphéas,* et une vue du *Parlement de Londres,* de Claude Monet. Pour l'heure, Lito Masters s'adresse à 50 % à un marché BtoC, tandis que Lito Editions est occupé à 70 % par du BtoB. Pour la firme, qui vend principalement ces pièces sur le marché américain, l'estampille d'un musée national apporte une légitimité au projet global. *« On espère que cela nous permettra d'attiser l'intérêt des plus grands artistes contemporains de la planète »,* concède Manon Hasselmann, chargée des éditions contemporaines pour la maison. Les institutions françaises ne sont pas en reste, puisque la collaboration avec Lito leur donne accès à des fichiers scannés contenant de précieuses données pour l'étude, la conservation et la diffusion de leurs chefs-d'œuvre. Un tel projet, qui scanne la surface des peintures au micron près, permet, par exemple, d'observer des repeints et des repentirs invisibles à l'œil nu. *« Michel Draguet* [ancien directeur général des musées royaux des Beaux-Arts de Belgique, NDLR] *a découvert grâce à nos fichiers que René Magritte avait utilisé plus de dix vernis différents dans* L'Empire des lumières. *C'est incroyable de pouvoir faire partie de ce genre de découverte »,* se félicite John Dodelande. ■



2


3

PHOTOS : MARCELMAYER.COM - HI-RND

1. et 2. Reproduction par Lito de *La Rue Montorgueil* (1), de Claude Monet, et le papier authentifiant la provenance de l'œuvre (2).
3. Détail de la texture du tableau restituée grâce à la technologie Hi-Rnd.

94



The Good City
Sao Paulo, mégapole absolue de béton et de végétation.

129



The Good Mountain
Notre dossier de 40 pages sur la montagne et son écosystème.

120



The Good Update
Les adresses de la Sérénissime que vous ne connaissez (peut-être) pas encore.

124



The Good Recipe
Cacio e pepe, un classique de la cuisine italienne raconté par François Simon.



148

The Good Chef

La crème de la crème des adresses viennoises nous invite à sa table.



171

The Good Drinks

La Champagne, la Gascogne, l'Écosse… nous ouvrent leurs chais à la découverte de leurs plus beaux flacons.

The Good World

PAGES 92 – 189

SAO PAULO, MÉGAPOLE ABSOLUE

Vous avez une sensation de vertige ? Mais elle ne vous effraie pas, vous enivre plutôt et vous attire irrésistiblement. Bienvenue à Sao Paulo, la plus grande ville d'Amérique latine ! Une terre de licornes, qui détient l'esprit entrepreneurial du Brésil et mène une valse économique effrénée dans un tourbillon démographique sans commune mesure.







CHIFFRES CLÉS

- **Avec 11,5 M** d'habitants et 23,4 M dans sa région métropolitaine, soit près de 11 % de la population du Brésil, Sao Paulo est la ville la plus peuplée des Amériques.
- **32 subprefeituras** ou mairies de quartier, réparties sur 1 523 km², soit 14 fois Paris intramuros.
- **PIB par habitant :** 11 000 €.
- **120 vols** quotidiens entre Sao Paulo et Rio de Janeiro, la 2e ville du pays. Plus de 400 hélicoptères effectuent quelque 2 200 décollages et atterrissages par jour à Sao Paulo pour en faire la 1re ville du monde dans ce domaine.
- **1,8 M** d'entreprises et de microentreprises individuelles. Près de 3 700 start-up se trouvent à Sao Paulo, soit un quart du total du pays.
- **22** des 29 licornes brésiliennes ont été fondées à Sao Paulo ou y possèdent leur siège principal.
- **4e** plus important écosystème au monde pour la fintech.
- **24,6 M** de téléphones portables, soit plus de deux téléphones par habitant.
- **10,8 M** d'internautes à Sao Paulo. Près de 100 % de couverture 4G.
- **10,5 M** d'influenceurs au Brésil, dont une proportion notable, mais incalculable, se trouve à Sao Paulo.

« Sampa », capitale de tous les vertiges

En retrait du littoral, dans un pays tourné vers la mer, Sao Paulo a dû se forger un destin toute seule. La mégapole, qui jamais ne fut capitale, se distingue par son esprit créatif et entrepreneurial à toute épreuve, qui la rend indispensable à l'ensemble du Brésil. Depuis son industrialisation, il y a un siècle, elle s'est mille fois réinventée, a englobé les influences diverses dans sa culture propre et « dévoré » toutes les populations qui ont foulé son sol.

PAR FABIEN PALEM // PHOTOS NICOLAS KRIEF

Plongée au fin fond de la jungle urbaine. Bien loin des palmiers de la carte postale se trouve le toit de la tour Cubo Itaú, où sont incubées quelque 400 start-up, dans le quartier Vila Olímpia. Devant nous, les hélicoptères jouent à cache-cache au milieu des nuages menaçants. Le tableau évoque davantage Gotham City que le pays de la samba. Gustavo Carriconde, 49 ans, fend l'épais brouillard sous-tropical. *« Sao Paulo est un marché incontournable pour le Brésil, mais aussi pour l'Amérique latine. Les projets qui prétendent conquérir les États-Unis ou l'Europe doivent passer par ici »*, déclare cet ancien pilote de ligne, converti en consultant spécialisé dans le financement des start-up. Pour vanter l'écosystème qu'offre sa mégapole, Gustavo Carriconde introduit le concept de sérendipité, ce don de faire par hasard des découvertes fructueuses. *« La ville est faite pour ceux qui sont prêts à bouleverser leur vie »*, poursuit-il. Dans ce jeu de dés du quotidien, les secteurs les plus dynamiques sont les fintech et les nouvelles banques. Ces dernières permettent aux Paulistes de payer tout via leur portefeuille virtuel, sans jamais toucher un réal en monnaie tangible. Ici, même les vendeurs ambulants sont munis de Pix, le système de paiement numéro un au Brésil, que 76 % de ses habitants utilisent. Si c'est bien sur son sol qu'a été déclarée l'indépendance du pays, Sao Paulo n'a jamais été la capitale administrative. Cela ne l'a pas empêchée d'en assumer la « capitalité » économique et financière. Un statut incontesté depuis l'industrialisation de la ville, il y a un siècle. Aujourd'hui plus grande ville des Amériques, Sao Paulo est incluse dans une aire métropolitaine qui concentre un dixième de la population de ce pays continent. Plus de 60 % des start-up et 22 des 29 licornes y sont installées. « Sampa » (pour les initiés) est au business du Brésil ce que Rio est à sa carte postale. Entre ces deux villes, distantes d'à peine 430 kilomètres et reliées par 120 vols quotidiens, on note plus de complémentarité que de concurrence. Le maire de Rio



de Janeiro, Eduardo Paes, interviewé dans nos pages en juillet 2023, accueille fièrement le Web Summit, le plus gros congrès technologique du pays. Satisfait de cette rare victoire carioca dans le derby des affaires, Eduardo Paes invite quand même les entrepreneurs à faire du business à Sao Paulo, pour ensuite visiter les plages de Rio. Car aucun Brésilien n'ignore le slogan de la capitale économique, qui orne son écusson depuis 1917 : *« Non ducor, duco »* – je ne suis pas menée, je mène. À quelques kilomètres des héliports et des totems numériques de la Vila Olímpia, les immeubles du centre historique témoignent d'un passé faste. Parmi eux, l'édifice Matarazzo abritait les bureaux des usines éponymes, qui employaient, à leur heure de gloire, près de 6 % des Paulistes. Voilà vingt ans que la mairie *(la prefeitura)* y a posé ses cartons, à contre-courant des grands acteurs économiques qui, après avoir peuplé l'avenue Paulista, à partir des années 80, ont mis le cap vers les quartiers de Faria Lima et de Pinheiros. C'est dans un bureau du sixième étage, avec vue plongeante sur le somptueux Théâtre municipal, que l'adjoint aux finances, Luis Felipe Vidal Arellano reçoit *The Good Life*. Selon ce docteur en droit économique et financier, *« le secteur des services est devenu le principal pilier de l'économie pauliste dans les années 80. La ville avait trop grandi et il était devenu impossible d'y maintenir les usines,* précise-t-il. *Les secteurs financiers, bancaires, administratifs et des nouvelles technologies fournissent aujourd'hui des emplois de qualité ».* Pour en savoir davantage, il faudra se plonger dans l'œuvre du journaliste Roberto Pompeu de Toledo. Celui-ci explique comment la ville, située en retrait du littoral, fut contrainte de créer ses richesses par elle-même, contrairement aux capitales historiques Rio de Janeiro et Salvador de Bahia, ports d'entrée des Portugais. D'aucuns pensent que c'est cette graine qui a fait éclore le fameux esprit d'entreprise des Paulistes, si marqué qu'il en devient parfois caricatural. Une légende carioca dit qu'il n'y a rien de plus facile que de reconnaître un Pauliste sur une plage : c'est le seul qui parle business.

Un gigantisme qui donne le tournis

Cette *« capitale de la solitude »*, selon les termes de Pompeu de Toledo, est devenue la capitale du vertige. Vertige urbanistique : évident pour quiconque s'est un jour égaré sur l'avenue Paulista. Vertige démographique, dans une ville qui a multiplié sa population par vingt en un siècle, passant de 580 000 habitants en 1920 à 11,5 millions aujourd'hui. Un vertige qui donne des sueurs froides. Pas moins de 70 % des Paulistes vivraient ailleurs s'ils en avaient le choix, signale Leticia Sabino. *« L'une des clés est la manière dont les habitants s'emparent de l'espace public »,* ajoute la fondatrice et directrice de l'ONG Instituto Caminhabilidade, qui organise des randonnées dans la ville et a promu la piétonnisation de l'avenue Paulista le dimanche. Cette artère a grandi sous l'impulsion des investissements des barons du café et s'est transformée en une icône de la ville. Un statut renforcé par l'installation, en 1958, du musée d'Art de Sao Paulo (MASP). *« Cette avenue a toujours représenté le progrès de Sao Paulo. Aujourd'hui, le progrès, c'est qu'il y ait moins de voitures et plus de piétons »,* tranche Leticia Sabino, depuis le 17e étage de l'immeuble Sesc, un lieu de vie et de culture.

Le berceau des avant-gardes

Vertige industriel, vertige social, vertige artistique aussi, provoqué par le bouillonnement de Sampa, qui abrite le plus gros marché d'art et la plus grosse biennale d'Amérique latine. La mégapole sert de berceau à toutes les avant-gardes, à commencer par le modernisme brésilien, né durant la Semaine d'art moderne, en 1922. Sept ans plus tard, l'une des figures clés de ce mouvement, le poète Oswald de Andrade, rédige son *Manifesto antropófago (Manifeste anthropophage).* Ce document appelle les Brésiliens à dévorer la culture européenne pour s'emparer de leur avenir. ▸



1. Le parc d'Ibirapuera, véritable poumon vert de la métropole, avec ses 1 584 km² et ses lacs.
2. L'Hotel Unique, dans le district Jardim Paulista.
3. La rue commerçante Oscar-Freire.



▸ *« Avant que les Portugais ne découvrent le Brésil, le Brésil avait découvert le bonheur »*, peut-on y lire. *« À sa sortie, le* Manifesto *a provoqué un énorme scandale, car l'intelligentsia était dominée par les élites blanches, conservatrices et tournées vers l'Europe,* abonde Ana Laura Prates, psychanalyste lacanienne. *Ce texte est la pierre angulaire d'une sorte de souverainisme culturel, qui sera suivi par le tropicalisme des Caetano Veloso, Gilberto Gil et consorts… Il n'y a qu'à Sao Paulo que cela pouvait se passer. »* Quant à savoir si le Pauliste d'aujourd'hui est le digne héritier du *Manifesto,* Prates nuance : *« Je ne crois pas que les financiers tournés vers les États-Unis aient quelque chose à voir avec cette culture. En revanche, les rappeurs des banlieues, les Racionais MC's* [mis à l'honneur sur Netflix, NDLR], *dévorent à leur manière les cultures urbaines pour se positionner face à la société. »* Plus qu'une charte de conduite, le *Manifesto* semble avoir été un texte d'anticipation. Depuis, la ville a tout dévoré sur son passage. Le sol, les cieux et les populations qui s'y sont entassées au fil de son expansion.

Tout le monde devient pauliste

« La ville accueille tout le Brésil, toutes les races, toutes les couleurs. C'est un vrai creuset de cultures. Elle englobe tout ce qui se présente à elle. Vous avez beau venir d'une autre région ou d'un autre pays… ici, tout le monde devient très vite Pauliste », considère Penha Maia, couturière, fondatrice de la marque Pó de Arroz, elle-même originaire du nord-est du Brésil. La créatrice et entrepreneuse a proposé un défilé de mode en guise d'interprétation du *Manifeste anthropophage. « Cet effet de la ville sur ses habitants n'est pas uniquement positif,* poursuit Penha Maia. *On travaille sans cesse et on perd un temps fou dans les transports… C'est presque impossible d'organiser deux plans dans une même journée ! »* À seulement 30 ans, Monique Evelle, également originaire du Nord-Est, a déjà eu plusieurs vies. Entrepreneuse dès l'âge de 16 ans, journaliste, elle s'est donné pour mission d'accompagner la nouvelle génération d'entrepreneurs à travers Inventivos, une plate-forme de formation, de mise en relation et d'investissements. Après un passage obligé de six ans à Sao Paulo, Monique Evelle a réussi à se défaire de son emprise. Ou presque : *« Le siège social d'Inventivos est à Salvador de Bahia. Pourtant, la moitié de mes clients sont de Sao Paulo. Mon but est justement de permettre de décentraliser les investissements, en démontrant la vitalité et la créativité de Salvador ! »*

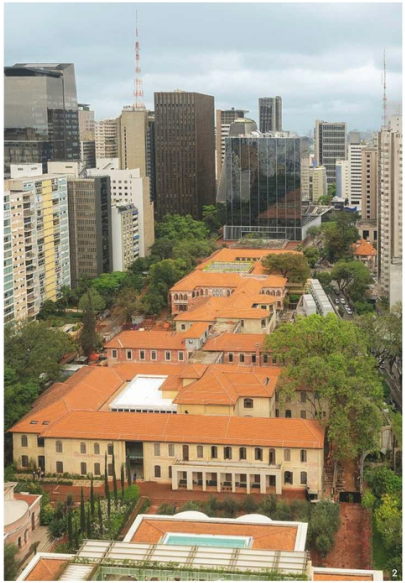
Au coude-à-coude avec New York

L'histoire de Sao Paulo est une histoire américaine. Deuxième plus grande consommatrice de pizzas au monde,

PARADIS DES INFLUENCEURS

« Quand Twitter a fermé, tout le monde a basculé sur Bluesky sans sourciller. Le Pauliste se moque d'Elon Musk ! » ironise Marina Vergueiro, journaliste et cinéaste à Sao Paulo, pour contextualiser le conflit entre le magnat américano-canado-sud-africain et la justice brésilienne. À la suite de la décision du Tribunal fédéral suprême, le réseau social d'Elon Musk a baissé le rideau sur l'un de ses principaux marchés. Selon le bureau d'études Nielsen, le Brésil est tout simplement le pays qui compte la plus grande quantité d'influenceurs au monde, avec pas moins de 10,5 millions de personnes qui vivent des revenus tirés de leurs contenus. Le statut d'influenceur est intégré à la classification brésilienne des professions (CBO), alors que d'autres, comme celle de scientifique, en sont absentes. *« Quand on parle du Brésil, on parle en priorité de Sao Paolo. Sauf à de rares exceptions, un influenceur qui souhaite percer a besoin d'un ancrage ici »,* précise Manoel Fernandes, fondateur de Bites, une société qui fournit les informations numériques aux entreprises et aux décideurs. Dans l'écosystème numérique brésilien, Sao Paulo est incontournable. Avec ses 24,6 millions de téléphones portables et ses 10,8 millions d'internautes, la capitale économique du Brésil se positionne comme la 4e ville du monde la plus populaire sur Instagram, derrière New York, Londres et Moscou.

1. La piscine sur le toit de l'Hotel Unique.
2. L'élégant complexe Rosewood São Paulo.
3. L'auditorium d'Ibirapuera, conçu par Oscar Niemeyer dans les années 50, édifié en 2005.



Soleil-Levant. En plus des restaurants, les Japonais y ont monté un musée qui retrace l'histoire de leur immigration à Sao Paulo. Une ode aux familles venues cultiver la terre et peupler la ville. Sao Paulo dévore tout sur son passage. Ce serait une erreur de penser que la nature y est circonscrite aux rares parcs, égarés au milieu des tours et qui compensent difficilement l'absence de places publiques : Ibirapuera, Aclimação, Ipiranga, Villa-Lobos. Car à chaque croisement d'avenues, les racines lovecraftiennes des arbres menacent de soulever l'asphalte. La végétation tropicale n'a que faire du *« peuple opprimé dans les queues »* et *« de la force de l'argent qui érige et qui détruit les belles choses »*, comme évoqué dans la chanson *Sampa*, de Caetano Veloso. À tout moment, elle pourrait reprendre le dessus. La présence de sept villages autochtones sur la commune de Jaraguá, dans la première couronne de la périphérie, est là pour en témoigner. *« Aujourd'hui, les relations entre la ville et nos villages sont pacifiées »*, nous rassure le cacique Márcio Bogarim, qui se rend dans le centre névralgique du poumon économique brésilien une ou deux fois par semaine. L'avenue Paulista n'est qu'à vingt kilomètres de son village. À Sampa, la forêt tropicale et la jungle de béton se livrent encore bataille. Les Paulistes observent le spectacle, sans savoir qui des deux finira par dévorer l'autre. ■

elle n'est devancée que par New York. L'empreinte des Italiens est partout, de la fine pâte de la margarita aux constructions estampillées Matarazzo. Après être entré dans l'immeuble qui porte le nom de cette famille d'industriels triomphants, *The Good Life* a également pu découvrir la Cidade Matarazzo, cet empire du luxe et de l'art érigé sur le site d'une ancienne maternité abandonnée. Avec les Italiens, ce sont les Japonais qui sont le plus souvent cités. À seulement trois kilomètres de cette oasis de culture, le badaud pénètre dans le quartier Liberdade et se régale de l'authenticité de la gastronomie populaire du pays du





Un musée au cœur de la ville et dans celui des Brésiliens

En 1822, le prince régent du Brésil, soutenu par les élites de la ville et de sa région, déclarait l'indépendance du pays à Sao Paulo. Bientôt, les Paulistes y ont érigé un parc et un musée commémoratifs.

PAR FABIEN PALEM

Un étroit rectangle vert au milieu de la carte de la ville. L'actuel quartier d'Ipiranga a beau se trouver niché au cœur de l'histoire politique du pays, il a gardé l'air de faubourg paisible qu'il fut par le passé. En remontant l'avenue Nazaré, en direction du parc de l'Indépendance, le visiteur est surpris par l'absence d'immeubles hauts. Ici, Sao Paulo respire autrement. Dans ce parc, un somptueux palais arborant des tons jaune impérial trône sur une colline, au pied de laquelle se trouve l'entrée du Musée pauliste de l'université de Sao Paulo (USP). Son directeur, l'historien Paulo César Garcez Marins, nous reçoit dans le hall avec un enthousiasme contagieux. *« Au premier plan, c'est le Trocadéro. Juste derrière, les Tuileries, et puis, au fond, la place de la Concorde, les Champs-Élysées et la place de l'Étoile. Un concentré de Paris en plein Sao Paulo ! »* énumère dans un français parfait cet intellectuel passionné, tout en indiquant la fontaine du parc de l'Indépendance. Ce jardin français, conçu il y a un peu plus d'un siècle par le paysagiste Félix Émile Cochet, est teinté d'éléments exotiques qui façonnent son caractère proprement brésilien. La végétation devient amazonienne par-ci, japonaise par-là. Le Musée pauliste, ou musée d'Ipiranga, vaut le détour pour la qualité de ses expositions et la richesse de ses collections. C'est ici, notamment, que siège l'une des toiles les plus fameuses du pays : *Independência ou Morte !*, peinte par Pedro Américo en 1888. Un écho direct à l'histoire contemporaine du pays, car c'est sur ce site que le Brésil a reconnu la centralité de Sao Paulo. En 1922, alors qu'est célébré le centenaire de l'indépendance du pays, le régime en place, encouragé par les élites paulistes, reconnaît la ville des barons du café comme le moteur économique et culturel du pays. Sao Paulo emporte la bataille du centenaire sur Rio, qui demeurera toutefois capitale jusqu'à l'inauguration de Brasilia, en 1960.

LE TOUCHER POUR LE CROIRE

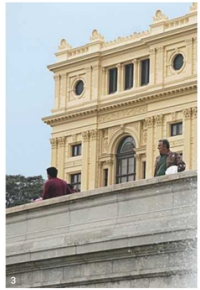
Chaque tableau ou élément architectural du Musée pauliste est reproduit dans une copie en miniature. Cette innovation a été conçue en priorité pour les non-voyants, qui accèdent ainsi à une expérience sensorielle des œuvres. Mais, comme l'ensemble des technologies mobilisées par le musée, la modélisation 3D est utile à tous des visiteurs, dans une perspective de compréhension plus poussée du contexte et des éléments constitutifs des peintures et sculptures présentées. Les pylônes de marbre qui trônent aux côtés de l'escalier central, la tenue des *bandeirantes* (chapeaux, bottes, fusils)… tout le musée ou presque passe ainsi au crible des doigts.

Sao Paulo, cœur battant du Brésil

Le choix d'Ipiranga tombe sous le sens, car c'est sur ce site qu'en 1822 le prince régent du Brésil, dom Pedro, déclare l'indépendance du pays et en devient le premier empereur sous le nom de Pierre Ier. Raison pour laquelle le tableau de Pedro Américo est aussi connu sous le nom de *Cri d'Ipiranga*. Ce fait historique a poussé les autorités paulistes à y ériger ce somptueux palais dans lequel siégea, dès 1895, le musée d'Histoire naturelle rapidement transformé en Musée pauliste,

1. Le Musée pauliste entend rendre hommage à tous ceux qui peuplent et ont fait le Brésil.
2. à 4. Le bâtiment compte aujourd'hui quelques espaces modernes (2) au sein d'une architecture néoclassique inspirée du château de Versailles (3 et 4).









passé sous la houlette de l'USP en 1969. *« À cette époque, on considérait que ce qui se passait au Brésil était la conséquence de ce qui se passait à Sao Paulo »*, résume Paulo César Garcez Marins devant l'une des statues de *bandeirantes*, ces colons portugais qui ont conquis l'intérieur des terres à partir du XVII[e] siècle.

(Re)découvrir l'histoire nationale

Visiter Ipiranga, c'est aussi percevoir le creuset de cultures qui opère à Sao Paulo. La collection *Les Mondes du travail* regroupe une série de peintures, photos et objets rendant hommage aux différentes populations ayant œuvré à la croissance économique, de gré ou de force : esclaves, autochtones, immigrés italiens ou japonais… *« Sao Paulo a conquis son statut de première ville d'Amérique latine par sa culture de l'inclusion, de l'accueil des étrangers, réfugiés ou immigrés »*, considère l'auteur Lucius de Mello, croisé dans les couloirs du musée. Si Sao Paulo est une métropole *« plus humaine que les autres »*, selon cet ancien journaliste devenu docteur en littérature à l'USP, c'est en partie parce qu'*« elle embrasse son histoire, liée aux immigrations européennes et asiatiques, notamment »*. Une ouverture à la diversité permise par un travail de déconstruction historique incontournable. Depuis le paisible jardin du parc de l'Indépendance, loin des avenues grouillantes de monde, les Paulistes aiment débattre avec passion sur l'histoire du Brésil. ■

3 questions à…

Paulo César Garcez Marins

Professeur d'histoire et directeur du Musée pauliste de l'université de Sao Paulo.

Pourquoi est-ce dans votre musée que le visiteur apprécie le mieux le rôle joué par Sao Paulo dans l'histoire du Brésil ?

À l'époque du centenaire, dans les années 20, le gouvernement brésilien considérait que ce qui se passait au Brésil était la conséquence de ce qui se passait à Sao Paulo. Aujourd'hui, notre musée s'est fixé pour mission de remettre en cause cette idée, pour permettre une réflexion autour de la pluralité intrinsèque à notre pays. Parmi les idées reçues qui sont déconstruites : la supériorité des élites blanches et l'idée que la colonisation s'est faite de manière pacifique.

Quelle est la particularité d'un musée universitaire ?

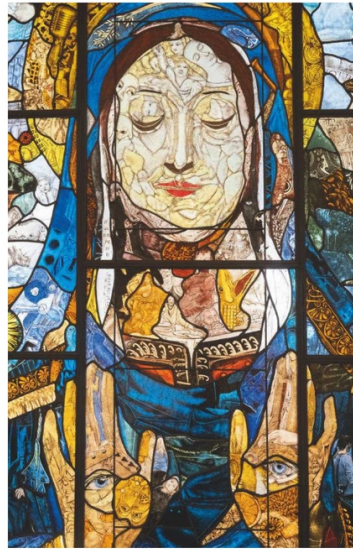
Ici, on ne raconte pas une histoire du Brésil ni de Sao Paulo. On participe à provoquer une réflexion historique, en complicité avec le public. L'objectif est de dépasser la condition monumentale des œuvres, pour célébrer leur apport documentaire. En France, les musées sont passés par ce processus au cours des années 90. Nous passons d'une conception passive et commémorative de l'histoire à une conception active et critique. L'histoire, ce n'est pas le passé.

Comment passé et innovation cohabitent-ils ? Que peuvent apporter les technologies à l'interprétation de l'histoire ?

Les technologies permettent d'acquérir une perception plus approfondie des œuvres. Les collections restent les protagonistes du musée. La technologie est là pour les accompagner, en aidant le visiteur à surpasser les limites documentaires de l'œuvre. Ces innovations permettent d'éviter la théâtralisation du passé et la fétichisation des objets.

PHOTOS : HELOISA BORTZ – DIVULGAÇÃO – HELIO NOBRE





Les jardins du Rosewood São Paulo, conçu par Jean Nouvel et décoré par Philippe Starck.
Détail de la rosace à l'entrée de la chapelle Santa Luzia, dans le Rosewood São Paulo.
Le musée d'Art de Sao Paulo, avenue Paulista.
Au Santana Bar, bar à cocktails, dans Pinheiros.



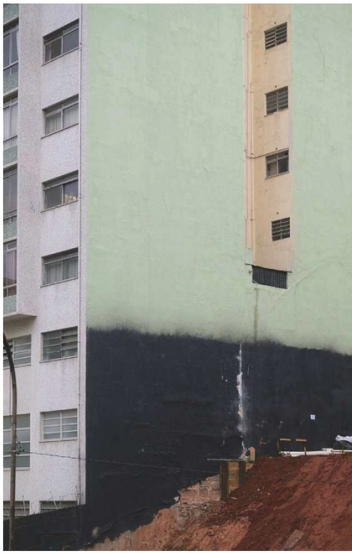






La ville vue du penthouse de l'entrepreneur français Alexandre Allard.
Le lobby du Pulso Hotel.
Un immeuble de la rue Oscar-Freire, dans le quartier des Jardins.













L'avenue Paulista un jour de campagne municipale. Comme chaque dimanche, l'avenue est fermée à la circultaion, les piétons et les cyclistes envahissent les rues et les trottoirs. Certains dansent, d'autres déjeunent, tandis que les militants tractent en présence des nombreux candidats.

Photos Nicolas Krief, 2024.



1

Sao Paulo, scène majeure de l'art contemporain

Le sujet n'est pas nouveau. Mais on n'aura jamais autant parlé des artistes brésiliens. Grâce, entre autres, à une Biennale de Venise placée sous le commissariat d'Adriano Pedrosa, par ailleurs directeur artistique du musée d'Art de Sao Paulo. Trente artistes originaires du Brésil ont exposé à Venise, la plus grande délégation jamais vue.

PAR SYLVIE BERKOWICZ // PHOTOS NICOLAS KRIEF

En avril 2024, la foire d'art SP-Arte, la plus importante de l'hémisphère Sud, fêtait ses 20 ans. Ce fut, d'un point de vue commercial, un succès. Plus 70 % de ventes par rapport à l'édition précédente, dont 60 % des transactions conclues avec de nouveaux clients. Ces chiffres révèlent peut-être un changement dans ce milieu considéré comme très fermé. *« La foire joue un rôle essentiel, tant sur le plan commercial que dans la promotion de l'art brésilien aux niveaux national et international*, confirme sa directrice et fondatrice, Fernanda Feitosa. *SP-Arte fait également office de baromètre pour le marché brésilien. Nous savons que 2023 et 2024 ont été des années difficiles pour le marché mondial de l'art, mais la performance des galeries de SP-Arte a été positive, indiquant qu'il existe des spécificités incontestables au Brésil. »* Dans les années 40, les grands industriels brésiliens ont constitué d'importantes collections, devenues pour la plupart la base des musées de Sao Paulo, tels que celui d'Art moderne (MAM) et le musée d'Art de Sao Paulo (MASP), qu'ils ont fondés. S'ils ont collectionné les grands maîtres européens, ils se sont aussi rapidement intéressés aux artistes de leur pays, en particuliers ceux des années 20 à 50 : Anita Malfatti, Tarsila do Amaral, Candido Portinari, Alfredo Volpi… Puis à la fin des années 50, c'est plutôt du côté de Rio que la scène artistique se renouvelle, avec l'arrivée du mouvement néoconcret, Hélio Oiticica, Lygia Clark, Lygia Pape et, un peu plus tard, le mouvement Tropicalia, qui embrassait toutes les disciplines, y compris la musique avec Caetano Veloso et Gilberto Gil.

La reconnaissance internationale

La vie artistique brésilienne a toujours été d'une grande richesse, mais ce n'est qu'assez récemment que ses artistes (Cildo Meireles, Anna Maria Maiolino, Jac Leirner, Tunga, Ernesto Neto, Janaina Tschâpe, Sebastião Salgado, Beatriz Milhazes ou Vik Muniz) ont été reconnus sur la scène internationale. Il y a donc dans la ville une grande culture et un véritable amour de l'art. De la part des

1. et 2. Le musée d'Art de Sao Paulo est l'un des plus grands centres culturels du Brésil.



élites d'abord, petit monde clos qui tient les rênes du marché. Dans une ville comme Sao Paulo, où les apparences comptent, c'est un must de collectionner, de soutenir les institutions financièrement et d'assister à toutes les manifestations artistiques. Issue d'une célèbre famille de grands collectionneurs et mécènes, Camila Yunes Guarita a fondé son agence Kura en 2018, rejointe un peu plus tard par Teodoro Bava, lui-même petits-fils d'un architecte galeriste et collectionneur et arrière-petit-neveu de l'artiste Ubi Bava. Depuis leurs bureaux sans prétention de la chic rue Oscar-Freire, ils accompagnent les acheteurs en les conseillant sur la constitution et la gestion de leur patrimoine artistique. Un métier relativement nouveau au Brésil. *« Nous nous consacrons à 100 % au conseil*, explique Teodoro Bava, *principalement pour des collections privées, mais nous intervenons aussi auprès d'institutions, de musées et de fondations. Nous sommes jeunes, comme notre entreprise, notre métier et notre marché. Il y a au Brésil de grandes collections, mais la plupart d'entre elles ont été constituées par des connaisseurs qui étaient en contact direct avec les artistes. Il y avait très peu de galeries à l'époque. »*

Typologie des acheteurs

Alors, qui sont ces nouveaux collectionneurs qui font leur shopping lors des foires, accompagnés par leurs conseillers ? Principalement des fortunes issues de l'agro-industrie. *« Beaucoup achètent encore pour le statut*, admet Teodoro Bava, *mais au moins, ils achètent. C'est la raison pour laquelle de nombreuses galeries ont déménagé en dehors des métropoles, à Goiânia, à Brasilia et dans le Mato Grosso. Les magnats de l'agro-industrie ont tellement d'argent ! Cependant, ils ne connaissent pas grand-chose à l'art. Afin de les amener à s'y intéresser, nous organisons des partenariats avec des marques de luxe. C'est une façon d'engager la conversation avec ces nouveaux acheteurs. »* Autrefois, c'était surtout à Rio que les artistes s'installaient. C'était là que se trouvait leur marché. Mais avec le déplacement de la capitale à Brasilia, l'argent a migré vers Sao Paulo. Les galeries de Rio ont fini par y ouvrir des succursales. Quant à la production des œuvres, elle se fait maintenant partout au Brésil, principalement portée par le mouvement afro-brésilien. *« L'attention internationale portée aux perspectives des populations d'origine africaine ou autochtones, en particulier aux États-Unis où de nombreux collectionneurs brésiliens possèdent une résidence secondaire, contribue à une plus grande diversité*, ajoute Fernanda Feitosa. *Même si ces lourdes taxes à l'importation peuvent donner au Brésil une réputation de marché insulaire, des lois favorables à l'exportation et la forte présence des galeries brésiliennes dans les foires américaines permettent à ces artistes d'accéder aux collectionneurs et aux institutions internationales. Il y a quelques années encore, une galerie brésilienne n'envisageait même pas de représenter un artiste vivant en dehors de Rio, Sao Paulo ou du Minas Gerais. Désormais, elles courent après. »* ■

DIFFUSER POUR MIEUX AIMER

Signe de l'appétence de Sao Paulo pour l'art sous toutes ses formes, le succès d'Aberto, initiative de Filipe Assis, trentenaire qui, après une brève carrière dans la gestion immobilière, a imaginé un concept à la croisée de l'architecture, du design et de l'art. L'idée est simple : trouver des maisons d'architectes, y installer des œuvres d'art et les ouvrir au public durant quelques semaines. C'est ainsi que, depuis trois ans, les Paulistes peuvent visiter des lieux (plus de 20 000 personnes en 2024) jusqu'alors inaccessibles : la seule maison privée encore existante signée Niemeyer, celle construite pour une famille dans les années 70 par Vilanova Artigas, ou lors de la dernière édition, celle où vécu et travailla l'artiste Tomie Ohtake et celle imaginée par l'architecte Chu Ming Silveira pour elle-même et sa famille. Cette année, ce furent plus de 150 œuvres d'artistes émergents ou établis qui ont été montrées dans les deux maisons, des chefs-d'œuvre en soi, exemples de cette architecture brutaliste caractéristique du Sao Paulo des années 60 et 70. *« Aberto est né de nombreuses heureuses coïncidences*, explique Filipe Assis. *Kiki Mazzucchelli, ma coorganisatrice, rentrait tout juste de Londres, où elle a vécu pendant plus de vingt ans, pour devenir la directrice artistique de la célèbre galerie Luisa Strina. Je l'ai amenée, ainsi que d'autres galeristes, voir la première maison, et ces derniers m'ont dit : "ça ne marchera pas. La maison est sombre, elle a des murs incurvés, oublie ça !" Tous, sauf elle, qui m'a présenté la designer Claudia Moreira Salles, avec laquelle nous avons monté la première édition. Ce fut un énorme succès et les deux principaux quotidiens brésiliens l'ont même élue meilleure exposition de l'année ! »*
Aberto04 : automne 2025. aberto.art

City-guide

Maintenant que vous avez appréhendé Sao Paulo, laissez-vous happer par elle, goûtez-en les spécialités et appréciez cette gourmande mégapole dans sa diversité.

PAR SYLVIE BERKOWICZ // PHOTOS NICOLAS KRIEF



RESTAURANTS

A BAIANEIRA – MASP

Dans le MASP, musée iconique de l'avenue Paulista, se trouve le restaurant A Baianeira de la cheffe Manuelle Ferraz, antenne de son restaurant principal du quartier de Barra Funda. La carte y est à peu de choses près la même, proposant des plats de la cuisine des provinces de Bahia et du Minas Gerais. Formidable *moqueca* de crevettes avec sa sauce onctueuse au lait de coco, escortée de farine de manioc grillée à saupoudrer généreusement sur le plat. **MASP : av. Paulista, 1578, Bela Vista. Restaurant principal : rua Dona Elisa, 117, Barra Funda.**

BALAIO (1)

C'est au rez-de-chaussée de l'Instituto Moreira Salles, centre culturel accueillant de nombreux événements artistiques, que le chef Rodrigo Oliveira a ouvert Balaio, lequel permet de faire l'expérience de sa cuisine sans avoir à se déplacer dans son restaurant principal, Mocotó, situé dans un quartier excentré. Au menu : des plats sans doute moins traditionnels que ceux de Mocotó, mais qui ont la même générosité et le même ADN de cuisine réconfortante. Avec en bonus une carte de cocktails très attirante. **Balaio : av. Paulista, 2424, Bela Vista. balaioims.com.br Mocotó : av. Nossa Sra. do Loreto, 1100, Vila Medeiros. mocoto.com.br**



1



2

BAR DA DONA ONÇA (2)

Après avoir réussi à placer le restaurant A Casa do Porco dans le palmarès des 50 Best, la cheffe Janaina Rueda (également nommée Best Female Chef en 2024 par ce même World's 50 Best) met désormais son exubérante énergie au service du Bar da Dona Onça qu'elle avait ouvert en 2008 au pied de l'iconique building Copan d'Oscar Niemeyer. C'est désormais un menu fixe qu'elle propose au dîner, avec des écarts entre une cuisine traditionnelle rustique (le ragoût de haricots du Brésil ou le riz du voyageur) et d'autres plats plus créatifs, mais un peu moins intéressants. Même si tout semble formaté (le menu, les chemises léopard en hommage au motif fétiche de la cheffe, le décor laissé dans son jus, le service un peu mécanique), il faut se laisser porter par l'énergie du lieu, qui déborde largement sur la terrasse extérieure. **Edifício Copan, av. Ipiranga, 200, CJ 27 e 29, Centro histórico. bardadonaonca.com**

CARLOS PIZZA

Il se dit qu'en dehors de l'Italie, c'est à Sao Paulo qu'on trouve les meilleures pizzas du monde. En déguster une bonne n'est donc pas difficile, en particulier chez ces quelques valeurs sûres : Leggera, Veridiana, Bráz... Et aussi, chez Carlos Pizza, une ruche bourdonnante où le four à bois tourne à fond. La pizza est ici comme on l'aime, savoureuse, bien cuite, avec des garnitures plutôt classiques. Le service, très efficace, répond à une clientèle familiale, en particulier le dimanche soir, laquelle n'hésite pas à faire la queue sachant qu'une table finira par se libérer très vite. **Alameda Tietê, 658, Jardim Paulista. carlospizza.com.br**



3

D.O.M. (3)

Avant D.O.M. et Alex Atala, la cuisine brésilienne se réduisait, hors de ses frontières, à quelques plats traditionnels, comme la *feijoada*. Aucun chef brésilien ne s'était encore distingué sur la scène internationale, et on n'avait jamais entendu parler des produits amazoniens, même au Brésil. Vingt-cinq ans plus tard, ces produits sont devenus accessibles à tous, forgeant une identité culinaire dont se sont emparés les chefs de la nouvelle génération. Pour marquer cet anniversaire, Alex Atala a choisi une nouvelle voie, avec un menu inspiré du biome du Sertão, cette région

semi-aride du Nordeste (un million de km² tout de même). Dans l'assiette, moins de ronds de jambe gastronomiques et plus de marqueurs d'une cuisine familiale : un *mocotó* (ragoût) de haricots, poisson pirarucu cuit dans une feuille de bananier. Autre découverte dans la découverte, une référence qui échappera à la plupart des visiteurs étrangers : les hommages au poète Ariano Suassuna, dont l'esprit plane sur cette proposition, jusqu'aux commodités où l'on entend des enregistrements de sa voix.
Rua Barão de Capanema, 549, Jardins.
domrestaurante.com.br

DOIS TRÓPICOS

Pour accéder à la jolie terrasse de Dois Trópicos il faut d'abord franchir l'espace boutique en s'attardant sur les magnifiques objets d'artisanat ici exposés. Surtout des pièces de céramique issues de toutes les provinces du Brésil. Quelques marches à descendre et voici ce café-restaurant où est attablée une clientèle jeune et *healthy,* puisque le lieu est aussi un centre de yoga. Au menu de cette cantine bio : des pâtes artisanales, des plats mijotés, des salades et de la pure gourmandise, avec de délicieux gâteaux maison.
Rua Mateus Grou, 589, Pinheiros.

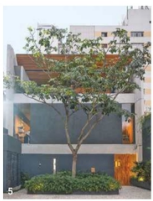
METZI

Une cheffe brésilienne, Luana Sabino, qui rencontre à New-York un chef mexicain, Eduardo Nava Ortiz, ça donne Metzi, une parfaite fusion entre des saveurs authentiquement mexicaines et les ingrédients brésiliens. Tout est réussi dans ce menu à l'équilibre parfait, parfois à la limite du gastro, mais sans manières. Avec des sauces et jus particulièrement réussis, complexes et addictifs.
Rua João Moura, 861, Pinheiros.

RYO GASTRONOMIA (4)

Itaim Bibi, sous-quartier de Pinheiros, offre la plus grande concentration de restaurants japonais à Sao Paulo. Le reflet d'une immigration qui a débuté au début du XX^e^ siècle pour former la plus importante communauté hors du Japon. Le chef Edson Yamashita est né à Sao Paulo de parents qui y sont venus adolescents. Il a transmis à son équipe son savoir-faire précieux, acquis au Japon, où il est parti en formation à l'âge de 15 ans, qui se découvre dans un menu omakase, mais aussi avec des plats à la carte. Les plus curieux accorderont leurs plats à quelque bouteille sud-américaine, dont un intéressant Goutte d'Argent chilien, un sauvignon blanc fermenté avec une levure de saké. Sans être ni le plus nouveau ni le plus branché, son restaurant Ryo Gastronomia demeure une valeur sûre du quartier.
Rua Pedroso Alvarenga, 665, Itaim Bibi.





TUJU (5)

Tuju (du nom d'un petit oiseau d'Amérique du Sud) est sans doute l'un des meilleurs restaurants gastronomiques de la ville, voire du pays. Après une première ouverture en 2015, couronnée la même année d'une étoile Michelin, (il en a aujourd'hui deux), le chef Ivan Ralston vient de s'installer dans un nouvel espace, un lieu à la hauteur de ses ambitions. Il reçoit ses hôtes sur trois niveaux, pour une expérience en trois temps, déployant tant sur la forme que sur le fond l'étendue de son talent et de celle de son équipe. Laquelle est d'ailleurs au centre de la salle à manger, dans une cuisine ouverte magnifiquement éclairée. Ivan Ralston s'attache à travailler des produits de saison, terme qui n'a au Brésil pas du tout la même signification que sous nos latitudes, l'année étant divisée en deux saisons : sèche ou humide. En cette fin d'automne (pour nous), on parle donc chez Tuju de saison des fleurs, avec, au menu : une saint-jacques accommodée de jus de cresson et yacon, un oursin-betterave, un artichaut-okra ou un canard à la fleur de courgette. Raffiné, délicieux et porté par une sélection de vins enthousiasmante, explorant des cuvées sud-américaines.
Rua Frei Galvão, 135, Jardim Paulistano. tuju.com.br



BARS / CAFÉS

COFFEE LAB

Bien plus qu'un coffee shop, Coffee Lab est depuis quinze ans la référence du café au Brésil. Plus qu'un simple café, c'est à la fois un centre de formation pour les futurs baristas, un lieu de rencontre pour les geeks du café et un espace convivial pour tous les amateurs. À la carte, les classiques du coffee shop contemporain, un choix de cafés « micro-lots » issus de petites parcelles, mais aussi des « rituels » de dégustation pour s'initier et comparer.
Rua Fradique Coutinho, 1340, Vila Madalena et rua Fernão Dias, 682, Pinheiros.
coffeelab.com.br

FÁBRICA DE DENGO

Énorme réussite que celle des chocolats Dengo qui, sur la base de la fabrication d'un chocolat 100 % brésilien et 100 % éthique, ont ouvert depuis leur création, en 2017, une quarantaine de boutiques au Brésil (et une à Paris). À Sao Paulo se trouve le *flagship* de la marque, un lieu pédagogique (minifabrique de tablettes personnalisables), autant que gastronomique, avec, sur trois étages, un café, un bar et un restaurant. Et, bien entendu, une grande boutique où sont disponibles tous les produits Dengo. Difficile d'en sortir sans un sachet de pépites de noix de coco ou de noix de cajou enrobées de chocolat.
Av. Brig. Faria Lima, 196, Pinheiros.

TAN-TAN (6)

Avant de devenir l'un des bars les plus réputés de la ville, Tan-Tan était un simple restaurant de nouilles servant des cocktails à ceux qui, au petit comptoir, attendaient leurs plats. Le lieu s'est agrandi, devenu double, avec, d'un côté la cuisine, de l'autre le bar (on y mange autant qu'on y boit des deux côtés). Y sont servis des cocktails impeccables, classés selon leur type : highballs, sours, martinis, bitters, etc. La cuisine qui les accompagne est bien plus raffinée qu'un simple plat de nouilles, en format *finger food* ou en plats plus substantiels.
Rua Fradique Coutinho, 153, Pinheiros. tantan.com.br


7


8

SANTANA BAR (7)
Coup de cœur pour ce bar, un vrai, qui n'offre presque rien à manger, mais d'excellents cocktails à choisir sur la carte, où font recette les goûts de Vinicius, l'un de ceux qui, aux côtés du fondateur Gabriel Santana, rendent ce lieu si vivant, si peu prétentieux. Et ce, malgré un grand professionnalisme, car les cocktails sont préparés avec une extrême précision. Quelques jours de plus à Sao Paulo et l'on ferait facilement de sa petite terrasse son QG.
Rua Joaquim Antunes, 1026, Pinheiros.

HÔTELS

CANOPY BY HILTON
Dans le registre des hôtels plus abordables, il n'existe que peu ou pas d'hôtels-boutiques. Il faut se tourner vers les grandes enseignes. Ouvert en 2021, le point fort de cet hôtel est sans doute ses chambres plus que sa restauration et ses espaces communs (pas de piscine) : elles sont vastes, fonctionnelles et pourvues de salles de bains généreuses.
Rua Saint Hilaire, 40, Jardim Paulista. hilton.com

HOTEL UNIQUE (8)
Unique, il l'est avant tout par son architecture signée Ruy Ohtake, l'un des maîtres de l'architecture contemporaine paulista (disparu en 2021). Un bâtiment iconique en forme d'arche inversée, de coque de bateau ou de tranche de melon disent certains. À l'intérieur, on est stupéfait par l'ampleur des volumes du lobby, ouvert sur toute la hauteur des six étages. Inauguré en 2002, l'hôtel est en train de rénover l'intégralité de ses chambres dans un esprit de luxe tranquille où dominent des tons de beige et blanc, des formes soulignées par un rétroéclairage et des salles de bains largement ouvertes sur les chambres. Au sommet, la piscine en *rooftop* habillée de rouge garde tout son pouvoir d'attraction.
Av. Brigadeiro Luís Antônio, 4700, Jardim Paulista. hotelunique.com


9

PULSO HOTEL FARIA LIMA (9)
Le Pulso est l'un des derniers nés de l'hôtellerie de luxe, réalisé par le Studio Arthur Casas, pointure de l'architecture brésilienne. Situé au pied d'un immeuble résidentiel, l'hôtel est protégé par un écran de végétation et une façade composée de lames de bois faisant office de brise-soleil. Le lobby, meublé des plus belles pièces du design brésilien, s'ouvre sur un jardin intérieur et une murale monumentale en braille de l'artiste Nuno Ramos.

Difficile de s'extraire de cet îlot de sérénité qui abrite un bar avec une carte de cocktails imaginée par Gabriel Santana, un restaurant, un café-pâtisserie et une piscine intérieure tout aussi paisible. Particulièrement bien conçues, les chambres offrent tout ce qu'il faut de confort et de fonctionnalités attendues dans cette catégorie d'établissement.
Rua Henrique Monteiro, 154, Pinheiros. pulsohotel.com

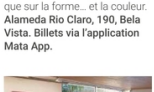
ROSEWOOD SÃO PAULO (10)
Hors norme, ambitieux, impressionnant… tous ces adjectifs conviennent à ce projet qui dépasse celui de la simple hospitalité. Le Rosewood est la pierre angulaire d'un complexe bien plus vaste, celui de la réhabilitation d'un îlot entier de la ville, ancien dispensaire, situé aux abords de l'avenue Paulista. De multiples talents, dont Philippe Starck et Jean Nouvel, ont été mis à contribution pour faire de la Cidade Matarazzo un hub créatif réunissant un hôtel, des résidences, un Soho House, une église, un espace d'exposition et un centre consacré à l'économie verte. Partout des œuvres d'art, principalement brésiliennes, créées spécifiquement pour cette cité dans la cité, voire réalisées in situ. Incontournable donc, pour un séjour dans une des chambres luxueuses truffées de références culturelles, un verre au bar, un déjeuner en terrasse… Une journée n'y suffirait pas.
Rua Itapeva, 435, Bela Vista. rosewoodhotels.com

MUSÉES

CASA BRADESCO
Inauguré en septembre 2024, Casa Bradesco est le cœur culturel du complexe Cidade Matarazzo, avec en guise d'exposition inaugurale des œuvres d'Anish Kapoor, dont une pièce monumentale réalisée sur mesure. *Inflammation* (présentée


10

jusqu'au 15 janvier) réunit une vingtaine d'œuvres autour du concept du sang et de la chair, faisant le lien avec le passé du lieu, ancien hôpital. Impressionnant tant sur le fond que sur la forme… et la couleur. **Alameda Rio Claro, 190, Bela Vista. Billets via l'application Mata App.**


11

CASA ZALSZUPIN (11)

Une maison discrète, planquée dans un quartier résidentiel, qui fut celle de l'architecte Jorge Zalszupin de 1962 à sa mort, en 2020. Né en Pologne, arrivé au Brésil en 1949 après un séjour en France, c'est avant tout pour son mobilier, largement utilisé dans les bâtiments d'Oscar Niemeyer, qu'il possède une réputation mondiale. Sa marque, L'Atelier, est considérée comme une référence du modernisme brésilien. Ouverte au public en 2021, sa maison, tout aussi moderniste, abrite certaines de ses pièces, mais aussi des expositions. Elle a le charme de ces maisons d'artistes dont on découvre l'intimité : l'atelier et sa table de travail, la salle de bains carrelée de jaune, la chambre et son papier fleuri… **Rua Dr. Antônio Carlos de Assunção, 138, Jardim America. Inscription obligatoire sur le site pour une visite : casazalszupin.com**

MAM

Temporairement fermé pour cause de rénovation de la marquise du parc d'Ibirapuera, sous laquelle il est situé (réouverture prévue début 2025), le musée d'Art moderne (MAM) a été fondé en 1948 par Ciccillo Matarazzo, également initiateur de la Biennale d'art de Sao Paulo. Ce n'est qu'en 1969 qu'il a emménagé dans l'œuvre de Niemeyer, adaptée pour l'occasion par l'architecte Lina Bo Bardi. Le MAM est une institution majeure pour la diffusion de l'art moderne et contemporain du Brésil. Tous les deux ans, il organise une vaste exposition panorama de l'art brésilien qui, cette année (jusqu'au 26 janvier), a trouvé refuge au musée d'Art contemporain de l'université de Sao Paulo (MAC USP) voisin. **MAM : parque Ibirapuera, Porte 3. mam.org.br MAC USP : av. Pedro Álvares Cabral, 130, Vila Mariana. mac.usp.br**

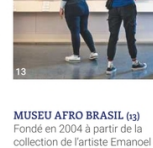

12

MASP (12)

Situé au centre de la Paulista, ce bâtiment emblématique a été, depuis sa construction, en 1958, témoin de l'activité de la plus célèbre avenue de Sao Paulo, piétonnière tous les dimanches, point de ralliement d'une foule populaire qui la parcourt au son de toutes les musiques qui s'y jouent live, lors des défilés et autres manifestations. Témoin aussi de la fortune d'un homme : Assis Chateaubriand, grand collectionneur, qui a fondé ce musée en 1947, puis inauguré en 1968, cet iconique bâtiment conçu par la grande architecte Lina Bo Bardi. À l'intérieur est présentée de façon permanente une partie de la collection, des œuvres d'artistes majeurs de l'art européen et brésilien disposées selon un accrochage innovant. Elles flottent au-dessus du sol dans une grande salle sans cloisons, en prise directe les unes avec les autres, selon un parcours, certes chronologique, mais dans lequel le visiteur déambule à sa guise. En 2025 ouvrira la nouvelle extension du musée, une tour de 14 étages jouxtant le bâtiment actuel. **Av. Paulista, 1578, Bela Vista. masp.org.br**

MUBE

Les amoureux du brutalisme pauliste seront ravis par ce lieu consacré à la sculpture et à l'écologie, construit au début des années 90 par Paulo Mendes da Rocha. Une vaste place publique traversée d'un toit flottant pour s'abriter du soleil, un jardin, un plan d'eau et un espace d'exposition en sous-sol. Un lieu qui sans la mobilisation des résidents du quartier serait devenu un centre commercial. L'exposition en cours, intitulée *Mupotyra*, explore l'archéologie amazonienne. **Rua Alemanha, 221, Jardim Europa. mube.space**


13

MUSEU AFRO BRASIL (13)

Fondé en 2004 à partir de la collection de l'artiste Emanoel Araujo, qui en a été le directeur et le curateur (décédé en 2022), ce musée, situé dans le parc d'Ibirapuera, réunit plus de 6 000 pièces consacrées à l'histoire afro-américaine. L'exposition permanente permet grâce à des sculptures, peintures, photographies, des textiles et objets du quotidien ou rituels, de s'immerger dans une culture essentielle dans l'histoire du Brésil. La beauté et la créativité frôlent de près le tragique dans un parcours mêlant les époques et les disciplines. **Parque Ibirapuera, Porte 10, Vila Mariana. museuafrobrasil.org.br**

PINACOTECA DE SAO PAULO

Fondé en 1905, c'est le plus ancien musée de la ville. Si la collection permanente, enrichie au fil du temps de dons privés et d'acquisitions de l'État, se concentre essentiellement sur l'art brésilien des XIXe et XXe siècles, les expositions temporaires présentent quant à elles les œuvres d'artistes contemporains, en particulier dans l'annexe, la Pina Contemporânea, inaugurée en 2023, à deux pas du musée principal. **Praça da Luz, 2, Luz. pinacoteca.org.br**

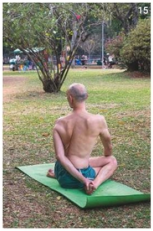
SAISON BRÉSIL-FRANCE

En 2025, afin de fêter 200 ans de relation bilatérale, les présidents Macron et Lula da Silva ont décidé d'organiser une Saison France-Brésil mise en œuvre par l'Instituto Guimarães Rosa (l'unité du ministère des Affaires étrangères chargée de la diplomatie culturelle brésilienne) et l'Institut français, en collaboration avec les deux ambassades. Une saison placée sous les thèmes du climat et de la transition écologique, de la diversité des sociétés, du dialogue avec l'Afrique, de la démocratie et de la mondialisation équitable. Pour nourrir cet échange en deux volets, l'un en France, l'autre au Brésil, un appel à candidatures a été lancé en juin 2024. La programmation (pas encore annoncée à ce jour) sera à découvrir sur le site de l'Institut français. **institutfrancais.com**


14

QUELQUES HEURES EN PLUS...

Le parc d'Ibirapuera *(photos 14 à 18)* représente soixante-dix ans de vie et d'histoire de la métropole. Joggeurs, cyclistes, yogis ou simples promeneurs, des milliers de Paulistas prennent d'assaut chaque week-end le parc d'Ibirapuera (18 millions par an), le Central Park de Sao Paulo. Inauguré en août 1954 à l'occasion du 400e anniversaire de la fondation de Sao Paulo, il offre 158 hectares de nature et de culture au cœur de la ville. Ibirapuera fut construit sur une zone humide qui, avant la colonisation, abritait un village indigène. Son nom vient des langues tupi-guarani, *Ypy-ra-ouéra* signifiant « bois pourri ». L'ensemble architectural conçu par Oscar Niemeyer était d'abord destiné à abriter les principales expositions commémoratives du 400e anniversaire. Il se devait d'être le symbole d'une métropole moderne et internationale qui, cette même année, devenait également la plus grande ville brésilienne, dépassant Rio de Janeiro. Les bâtiments d'origine, dont le plus imposant, le pavillon Ciccillo Matarazzo (250 m de long sur 50 de large), qui accueille la Biennale de Sao Paulo et la foire d'art SP-Arte, sont reliés entre eux par une marquise sinueuse de 620 m de long. Actuellement en rénovation, elle est habituellement le terrain de jeu des skateurs et danseurs, qui y répètent et filment leurs chorégraphies ; elle est surtout une promenade ombragée permettant de traverser la zone culturelle du parc. S'y trouve aussi le pavillon Lucas Nogueira Garcez *(16)*, communément appelé Oca, soucoupe volante posée sur le sol, qui n'est aujourd'hui ouverte que pour des événements ponctuels, et, depuis 2005, dernière intervention d'Oscar Niemeyer sur le site, l'auditorium *(17)*, trapèze blanc d'où émerge une grande flamme rouge. Voilà pour la partie construite d'Ibirapuera, constituant une riche offre culturelle, dans ce qui se trouve être aussi le poumon vert de la ville. Initialement dessiné par Roberto Burle Marx, le premier plan du parc a été finalement confié à Otávio Augusto Teixeira Mendes. Burle Marx y est revenu bien plus tard, au début des années 90, avec l'implantation du Jardin des sculptures autour du MAM et le remodelage de la pépinière Manequinho Lopes. Ibirapuera, c'est aussi une grande collection d'arbres exubérants et monumentaux : des eucalyptus australiens datant d'avant la création du parc (utilisés pour assécher le terrain), des ficus géants, jacarandas, ipês violets, jaunes, roses et blancs... Pour se restaurer, on y trouve aussi de nombreux vendeurs ambulants, des kiosques proposant des glaces, de la petite cuisine de rue et quelques restaurants, dont le Selvagem du chef Filipe Leite. Depuis 2020 et pour une durée de trente-cinq ans, la gestion du parc a été confiée à Urbia, qui y a déjà investi 33 millions d'euros en entretien, rénovation et installation d'équipements sportifs. **urbiaparques.com.br**


15


16


17


18

19. La villa de l'architecte Chu Ming Silveira (1941-1997), connu notamment pour sa cabine téléphonique en forme d'œuf devenue iconique au Brésil. À l'occasion de la troisième édition d'Aberto03, en 2023, la villa brutaliste a hébergé une exposition d'art contemporain.





Villa Morra, le Paraguay 2.0

Sous l'effet des investissements étrangers, en forte hausse ces dernières années, Asunción a vu émerger un quartier répondant aux critères d'exigence internationaux. Hôtels-boutiques, tables gastronomiques… La vogue de Villa Morra attire de nouveaux entrepreneurs.

PAR FABIEN PALEM

Capitale d'une *« île entourée de terres »*, comme l'auteur paraguayen Augusto Roa Bastos aime décrire son pays, Asunción accueille ses visiteurs avec la légèreté d'une ville de province. À l'aéroport, en bout de piste, la flotte d'ULM donne une idée des habitudes de l'élite locale, qui n'hésite pas à s'affranchir d'infrastructures routières perfectibles et de bouchons fréquents. Non loin, le siège de la Confédération sud-américaine de football rappelle qu'on n'a pas complètement disparu du planisphère. Une dizaine de kilomètres plus loin, à michemin du centre historique, se dresse le quartier en vogue d'Asunción. Loin des rives du fleuve Paraguay, à l'abri des secteurs défavorisés qui s'étirent le long des berges, Villa Morra offre l'une des rares cartes postales *for export* de la ville. Voire du Paraguay, si l'on considère le pays comme le moins touristique d'Amérique du Sud, derrière le Venezuela, le Suriname et le Guyana. Le risque serait de s'arrêter au cadre aseptisé de ses *shopping malls*, véritables poumons sociaux des Assomptionnais. Le quartier a d'autres atouts. Il a vu éclore des hubs commerciaux et gastronomiques, au détour des rares rues pavées résistant au déferlement immobilier. Le plus couru s'appelle La Cuadrita, une petite rue piétonne qui sert d'oasis au milieu des tours d'immeubles modernes. *« Quand je suis arrivé, l'offre était très limitée*, explique Benoît Libourel, 38 ans, entrepreneur français installé depuis quatorze ans à Asunción, rencontré en terrasse du Patria, au cœur de La Cuadrita. *Historiquement, jusqu'au milieu des années 2000, c'était le centre-ville qui bougeait. Tout a migré ici. Ce processus s'est intensifié ces quatre dernières années. »*

Quartier facilitateur

Le restaurant Patria mêle le chic et la tradition au gré d'une carte variée qui rend hommage à la gastronomie nationale, modeste mais généreuse, à l'image de la population. *« J'ai adapté ma cuisine d'inspiration nikkei, une fusion entre les gastronomies japonaise et péruvienne, aux goûts paraguayens. Le manioc, la banane plantain et les poissons d'eau douce sont très présents. À La Cuadrita, cela a plus de sens de manger un surubi du fleuve Paraná qu'une sole importée de l'Atlantique »*, résume José Castro Mendivil, depuis les fourneaux du restaurant Pez de Mar dulce, qu'il a cofondé. Un palais satisfait facilite

SE LOGER

Factoria Hotel. Un très bel endroit, au calme, avec des prestations haut de gamme. Dr. Francisco Morra 813.
La Misión. Élégant hôtel-boutique, idéalement situé. Dr. Juan Eulogio Estigarribia 4990. lamision.com.py

SE RESTAURER

Patria Parrilla. Grillades et spécialités paraguayennes. Alberto de Souza, entre cruces del Chaco et del Defensor.
Pez de Mar dulce. Spécialités nikkei. Toujours sur La Cuadrita.
Restaurante Su. Spécialités coréennes, une institution.Guido Spano 1712.

BOIRE UN CAFÉ ET UN PEU PLUS…

Café Mokka. Lieu de réunion, où le café se transforme en apéro. Manuel del Castillo et cruz del Defensor.
La Galette. Du petit déjeuner au goûter, le brownie s'impose. Edificio Atrium.

SORTIR

Dorsia Cocktail Bar. Cocktails d'auteur. Teniente Héctor Vera 1970.
Negroni Rooftop at Dazzler. Un rooftop incontournable la nuit venue. 1771, av. Aviadores del Chaco.
Uptown Carmelitas. « Le » bar-boîte où sortir. Av. España et paseo Carmelitas.
San Bernardino (« San Ber »). Une petite ville à 50 km de la capitale, haut lieu festif durant les mois d'été.

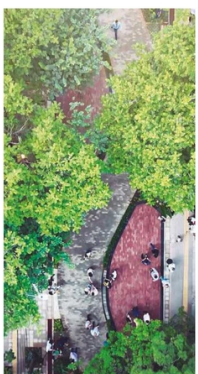
FAIRE DU SHOPPING

Shopping Mariscal et Villamorra. Quoi que vous cherchiez, vous le trouverez ici. Av. Mariscal López 3794.
Shopping del Sol. High-tech et prêt-à-porter. Av. Aviadores del Chaco.

ALLER AU MUSÉE

Musée ethnographique A.-Barbero. Pour en savoir plus sur l'histoire du pays et de ses peuples. Av. España 217.
Museo de las Memorias : Dictadura y Derechos Humanos. Ce musée vous dévoilera le chapitre le plus sombre de l'histoire du Paraguay. Au croisement de Chile et Jejuí.

la signature d'un contrat juteux. Nous buvons les paroles de Benoît Libourel, qui décline les principaux atouts de Villa Morra : *« La liberté d'entreprendre, la facilité d'adaptation et la sensation qu'ici tout reste à faire. »* Débarqué comme ingénieur pour l'entreprise française Parex, rachetée depuis par le suisse Sika, le Français a monté, fin 2020, sa propre entreprise de matériaux de construction : Pennsylvania – comme un écho au rêve américain qu'il vit depuis. *« Ici, c'est très facile de se faire de bons contacts. Ça favorise énormément le business »*, déclare celui qui officie comme président de la chambre de commerce franco-paraguayenne. En plus de son activité industrielle, Benoît « fait » dans les macarons et le rhum, puisqu'il a cofondé Le Pâtissier (2021) et Residentas (2022). Des produits premium qui sont, bien sûr, consommés à Villa Morra.


2


3


4

Locomotive économique

Le Paraguay, réputé pour sa faible fiscalité, sa stabilité macroéconomique et son ouverture aux investissements, attire de nombreux étrangers, tant et si bien que près de 70 % des investissements seraient le fait de Latino-Américains, d'Américains et d'Européens. Si une majorité des entrepreneurs venus d'ailleurs sont argentins, une poignée d'irréductibles Français ont pris racine autour du lapacho, l'arbre national. C'est le cas de Guilhem Costa, 47 ans, installé depuis 2001 à Asunción. *« Quand je suis arrivé ici, Villa Morra était un quartier résidentiel,* se souvient l'agent immobilier, aujourd'hui à la tête d'une équipe de douze personnes. *Depuis, c'est devenu un quartier mixte, où convergent le résidentiel haut de gamme, le commercial et le corporatif. Villa Morra, c'est le quartier huppé de la ville. Une vraie locomotive de l'économie d'Asunción ! »* Pas moins de 80 % des investissements immobiliers sont concentrés entre Villa Morra et la zone Carmelitas. L'emplacement du quartier en fait un pont naturel entre l'extérieur (l'aéroport) et les différents points d'attraction de la ville. Villa Morra se situant au croisement des trois avenues principales de la ville : Mariscal López, Espaňa et San Martín. Une raison qui a poussé les investisseurs à y implanter les centres commerciaux les plus importants de la ville (Mariscal, Villa Morra et le Shopping del Sol mitoyen). Preuve de son influence urbaine, Villa Morra a fait disparaître une expression locale. Avant que les malls ne viennent ressasier l'appétit des consommateurs, les habitants avaient un mot pour dire qu'ils allaient faire des courses en ville : il s'agissait du verbe *palmear*, en référence à la rue Palma, du microcentre d'Asunción. *« La plupart de mes clients vivent à Villa Morra. C'est là que tout se passe. C'est très important que mon studio soit à proximité »*, explique Elizabeth Parra, 33 ans, styliste et coloriste dans le quartier. Le soir venu, elle aime se fondre dans la foule du paseo Carmelitas, centre névralgique des loisirs nocturnes de la ville. Ici, toute l'offre en bars et restaurants est concentrée sur deux rues qui débordent de terrasses et une galerie piétonne. Sécurité, dynamisme commercial, infrastructures de logement modernes, vie nocturne bouillonnante : la jeunesse de ce pays, dont 70 % de la population a moins de 40 ans, n'a d'yeux que pour Villa Morra. ■


5

1. à 4. La Cuadrita, une oasis de verdure au cœur du nouveau quartier attractif d'Asunción.
5. Le Factoria Hotel, au style industriel chic.

PHOTOS : LA CUADRITA / PINTON CASABIBITRO / PEZ DE MAR DULCE – SDP FACTORIA HOTEL



Ilha Grande, l'île aux trésors

Située sur le littoral brésilien, entre Rio de Janeiro et Sao Paulo, Ilha Grande est un petit paradis de nature préservé, idéal pour déconnecter et se ressourcer. Départ imminent.

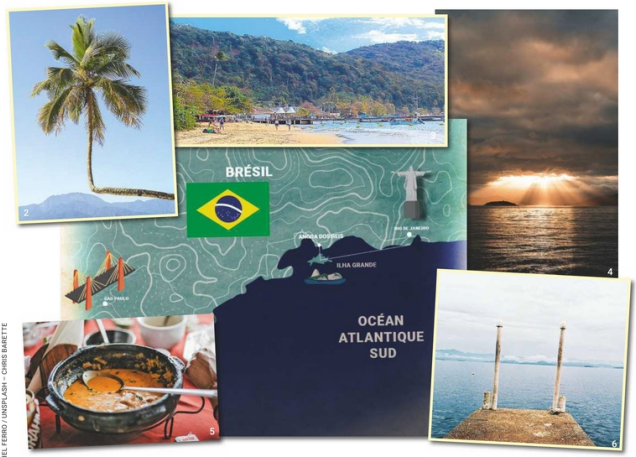
PAR HÉLÈNE BRUNET-RIVAILLON

Le *speed boat* tangue violemment après chaque grosse vague, éclaboussant la petite trentaine de passagers à bord. Le capitaine, un jeune homme en maillot du Flamengo, l'une des quatre équipes de foot de Rio, sourit en entendant les gens crier. On maintient les enfants en bas âge fermement sur les genoux, on retient les casquettes et les chapeaux de paille qui menacent de s'envoler et on désigne du menton cette dame âgée, imperturbable, les yeux rivés sur son ouvrage au crochet qui progresse en dépit du roulis. Le bateau est parti de l'embarcadère de Conceição do Jacareí, l'un des trois points de départ pour Ilha Grande, à environ 150 kilomètres de Rio. Depuis quelques années, sous l'influence des ambiances de *spring breaks* américains popularisées par les block-busters, certains bateaux sont équipés de petits toboggans et de bouées en forme de flamants roses. Leurs enceintes crachent des tubes de variété internationale et la caïpirinha coule à flots, pour le plus grand bonheur des jeunes gens ayant le cœur bien accroché. Les rivages de l'île se dessinent à l'horizon. Ce petit paradis tropical de lagons turquoise, de cascades, de piscines naturelles et de biodiversité est inscrit au patrimoine mondial de l'Unesco depuis 2019 : 193 km², 29 km de long, 11,8 de large et 113 plages de sable fin. Jadis, l'île n'apparaissait même pas sur les cartes, ce qui en faisait un repaire idéal pour les pirates de tout poil. *« Ils se cachaient sur l'île pour attaquer les navires chargés d'or et ils en profitaient pour se ravitailler en vivres dans les plantations »*, me confie Marcio Ranauro, anthropologue à l'université d'État de Rio de Janeiro. *« Pendant longtemps,* poursuit-il, *les populations se sont éloignées des plages pour éviter les attaques. Elles ont construit les exploitations agricoles dans les collines. »* Au débarcadère de Vila do Abraão, les passagers des ferrys et ceux des petits rafiots avancent en file indienne. La dame au crochet n'a pas levé les yeux, répétant son geste rotatif. Les insulaires transportent des marchandises qu'ils ont achetées en ville : ici, un four, là, un ventilateur, lesquels s'entrechoquent avec les sacs à dos gigantesques d'un groupe de jeunes européens arborant des tee-shirts à l'effigie de leur école de commerce.

Pirates et poissons multicolores

Un couple mi-chilien, mi-argentin protège un grand tableau de bois auquel sont accrochés des dizaines de bijoux d'artisanat qu'ils sont venus vendre sur les plages. *« Lorsque les premiers colons débarquèrent sur l'île, au début du XVI^e siècle, elle était habitée par des tribus Tamoios,* nous informe un monsieur en chemise de lin. *Ils avaient surnommé leur terre "Ipaum Guaçú", en langue tupi : Grande Ile, Ilha Grande, en portugais. »* Sur la rue principale, des porteurs de bagages équipés de grands charriots négocient avec les nouveaux arrivants. *« Votre hôtel est loin, en hauteur, dans la forêt, il y aura un supplément »*, tranche fermement celui-ci. *« Il a plu et la route est boueuse. Vous n'arriverez pas à faire rouler vos valises,* insiste un autre. *Je vous fais un prix ! »* L'histoire d'Ilha Grande comprend à peu près tous les ingrédients de base des bons récits insulaires : des pirates, donc, des forêts enchantées, des grottes, l'épave sous-marine d'un navire, un phare, un trésor jamais retrouvé, des alligators, des poissons multicolores et des animaux aux noms improbables (des paresseux à crinière, des singes hurleurs bruns, des amazones à sourcils rouges, semblables à des perruches). Et des souvenirs abjects : des tribus indigènes massacrées, des esclaves trimant dans des plantations de canne à sucre et de café, ou encore, un pénitencier. J'interroge Marcio sur la présence du fameux trésor. *« Les habitants te diront que le vrai trésor, c'est leur île tout entière ! »* me répond-il malicieusement. Elle est d'ailleurs classée en zone protégée dans son intégralité et comprend plusieurs réserves naturelles. Sans voiture, ni

1. à 6. À Ilha Grande, l'océan est partout, dans les assiettes, dans l'histoire des pêcheurs de sardines, comme au bout de plages désertes, cachées derrière une végétation luxuriante.



PHOTOS : TUTZ DIAS / UNSPLASH • RENATO TRENTIN / UNSPLASH • TRAVIS / UNSPLASH • CRISTIAN CASTILLI / UNSPLASH • DANIEL FERRO / UNSPLASH • CHRIS BARETTE

banque, ni distributeur de billets, régulièrement victime de pannes de réseau et de coupures d'électricité, elle est l'endroit parfait pour une robinsonnade les pieds dans le sable. On se réveille en écoutant le bruit du ressac mêlé au chant des colibris nichés dans la forêt atlantique. Il est recommandé de choisir un hébergement légèrement dans les hauteurs pour profiter d'une vue panoramique sur la baie. De petites embarcations proposent des croisières à la journée pour faire le tour de l'île, dorer sur ses plages désertes, se poser sur les criques, nager dans une piscine naturelle au milieu des poissons multicolores (notamment les sergents-majors, jaune et noir, emblématiques de l'île) ou se baigner dans une rivière d'eau douce – avant que celle-ci ne débouche sur une mangrove peuplée de reptiles.

Randonnées et cocotiers

La plage la plus célèbre de l'île se nomme Lopes Mendes. Son décor de carte postale apparaît depuis l'océan si l'on vient en bateau, ou entre les arbres, si on la gagne par l'un des chemins de randonnée. La Praia do Aventureiro est, quant à elle, très prisée par les surfeurs, les campeurs et les amateurs de nuit à la belle étoile dans un hamac. On la reconnaît à son incontournable cocotier qui surgit de l'eau en angle droit. À Praia Vermelha, on s'invente des histoires autour de l'épave du navire *Vapor Califórnia*. Pour les grimpeurs, des treks mènent à deux pics d'environ 1 000 mètres : le Pico da Pedra D'Água et le Pico do Papagaio. De nombreux jeunes gens venus de pays limitrophes ou des grandes villes s'improvisent guides. Waldeck Tenorio, lui, est natif de l'île. Ses grands-parents étaient des pêcheurs de sardines – Ilha Grande compta jusqu'à vingt conserveries dans les années 70 – et son père fut le gardien de la prison. Il connaît l'histoire des lieux comme sa poche et la raconte dans quatre langues avec beaucoup d'aisance, en emmenant les voyageurs à la découverte des ruines planquées dans la végétation et des petites chapelles plantées sur les plages. Il transporte les histoires d'un bout à l'autre d'Ilha Grande. Un peu comme l'a fait Marcio Ranauro il y a quelques années. *« Comme il n'y a ni voiture ni route, les différentes communautés n'ont pas de contact entre elles, elles ne se connaissent pas,* explique l'anthropologue. *Elles sont très isolées les unes des autres. »* De cette réalité qui aurait pu inspirer le scénario de la série *Lost*, diffusée dans les années 2000, il a lancé un projet consistant à documenter la vie des quelque 10 000 habitants de l'île, à les faire se rencontrer et à les aider à s'informer mutuellement en créant un journal local. Le soir, à Vila do Abraão, on s'installe dans un des petits restaurants les pieds dans l'eau pour siroter une bière fraîche et déguster la spécialité du coin, le *peixe com banana,* un poisson grillé servi avec des bananes frites, des crevettes, du riz et de la farine de manioc. Avant de se laisser bercer par le son des vagues ou un air de bossa nova. ■



Venise dans les règles de l'art

Énième séjour ou premier week-end dans la Cité des Doges, on n'en reste pas moins à l'affût du bon carnet d'adresses sur place. Venise, droit au but.

PAR LAURENCE GOUNEL

La Biennale et la Mostra lui offrent, chaque année, un petit supplément d'âme. Et aux plus snobs, le prétexte tout trouvé pour céder à nouveau au charme de cette destination un temps boudée pour son image tarte à la crème. *« Je reste insensible au ridicule d'écrire sur Venise, à l'heure où les centres nerveux du monde sont des lieux sauvages. […] Je me sens décharné de toute la planète, sauf de Venise, sauf de Saint-Marc… »* soutenait l'écrivain et diplomate Paul Morand, en 1971, dans *Venises*. Une douzaine de séjours ne suffiraient pas à celui qui caresse l'espoir de connaître la ville jusque dans ses moindres recoins, heureusement. Il suffit d'expérimenter l'ivresse du décor cinématographique au soleil couchant, de se perdre dans le dédale de ruelles à la nuit tombée pour renoncer à vouloir percer la magie d'une cité composée d'une cent-vingtaine d'îles, de 177 canaux et 435 petits ponts. Un séjour à Venise ressemble à une quête perpétuelle, avec son lot de frustrations – les recos se collectent au compte-gouttes et jamais à temps. Et si les fausses bonnes adresses, l'affluence et les prix exorbitants font souvent partie de l'expérience, les valeurs sûres ont ici, un peu plus qu'ailleurs, la patine du temps. Entre artisans séculaires, tables « locales » et incontournables. La *« best to-do list »* une bonne fois pour toutes.

SE RÉVEILLER AU RYTHME DU GRAND CANAL (1 et 2)
The Gritti Palace
À l'opposé des palais au lustre parfois poussiéreux, ce joyau aristocratique construit en 1475 entretient sa légende. Désormais Luxury Collection Hotel au sein du groupe Hyatt, il témoigne d'un passé prestigieux dans les moindres détails de ses rénovations. Tapisseries anciennes, peintures de l'école titienne acquises chez Sotheby's, luminaires spectaculaires en verre de Murano, suites inspirées d'Ernest Hemingway, Somerset Maugham ou John Ruskin et salles de bains intégralement habillées de marbre de Carrare… chaque détail compte, et l'atmosphère tout entière de cette adresse au chic *old school*, mais au luxe ultracontemporain, plonge les hôtes dans une Venise qui traverse les époques. Éminemment élégante et intemporelle. Unique en son genre, c'est le rituel du petit déjeuner qui concentre à lui seul toute la magie d'un séjour chez cette vieille dame qu'est le Gritti. On le prend sur le plus beau balcon de Venise, aux premières loges du Grand Canal, face au musée de la Punta della Dogana et la basilique Santa Maria della Salute. Un œil sur la presse italienne, l'autre



à observer le ballet incessant des *vaporetti* de transport de marchandises et des premiers gondoliers qui se croisent. Un verre ? Au coucher du soleil, c'est encore ici que l'on profite de la Golden Hour qui dore les façades ocre des palais d'en face : installés au Riva Lounge, la terrasse la plus prisée de la ville, liftée au design des fifties et aux couleurs (bleu et blanc) des emblématiques bateaux vénitiens. Sièges profilés en métal et cuir, tables en bois miel et Aquariva Super *Il Doge* amarré juste devant. On y déguste les meilleurs negronis de Venise, servis par des barmans aux allures de 007. Un plat ? Le nouveau chef, Alberto Fol, ajoute aux recettes authentiques sa vision moderne, le tout dicté par un *sourcing* ultralocal, comme en témoigne son potager sur l'île de Mazzorbetto. Parmi ses *best* : le risotto à la Hemingway (le plat fétiche de l'écrivain,

RÉSERVER UNE SOIRÉE DANS LE PLUS BEAU THÉÂTRE DU MONDE (3)

La Fenice

Pas de romance à l'italienne sans une soirée à l'opéra, dans l'un des plus emblématiques au monde. Sauvé d'un premier incendie en 1774, celui qui fut le cœur battant de toute une vie aristocratique est aujourd'hui un petit bijou restauré dans les moindres détails par la crème des artisans vénitiens. Outre la salle de 1 126 places à la beauté spectaculaire, qui accueille encore et toujours les meilleurs opéras et artistes, on peut admirer, dans les différentes pièces du rez-de-chaussée, les sols en terrazzo, les colonnes de marbre et les trumeaux rose poudré… À défaut d'assister à une représentation, peu de touristes savent que l'on peut s'offrir une visite (guidée) mémorable. **teatrolafenice.it**



qui a séjourné ici), les *castraure* (petits artichauts violets d'une île voisine), le carpaccio à la truffe et *espuma* de parmesan, le tiramisu supergénéreux servi dans sa cabosse de cacao XXL. À plusieurs, on réserve une master classe pour apprendre à cuisiner le risotto et on s'installe autour de la table d'hôte à l'esthétique traditionnelle, digne d'une *nonna* vénitienne. Une suite ? Au Redentore, avec un toit terrasse privé de 250 m² et une vue spectaculaire sur toute la lagune.

DÎNER DANS UN DÉCOR DE CARTE POSTALE

Trattoria Dona Onesta

Avec sa microterrasse fleurie de trois ou quatre tables suspendues au-dessus d'un petit canal du Dorsoduro, le romantisme de cette adresse en serait presque caricatural… si ce n'était que la gentillesse du service et l'excellent rapport qualité-prix le distingue de tous les attrape-touristes. On y va pour le *fritto misto* varié, les superbes risottos et les non moins fameuses pâtes à l'encre de seiche. **Insta @Trattoriadonaonesta**



S'INVITER CHEZ LE DERNIER MAÎTRE VERRIER (4)

Orsoni

Connu pour être l'un des plus grands nuanciers de mosaïques de verre avec plus de 3 500 couleurs, cet atelier installé depuis 1888 utilise le dernier four à feu autorisé dans la Cité des Doges. L'histoire veut qu'Angelo Orsoni, premier de la dynastie, soit allé à l'Exposition universelle de 1900, à Paris, avec son nuancier et qu'il s'y soit immédiatement fait un carnet d'adresses. En 2024, l'atelier travaille avec différentes universités de design dans le monde, multiplie les collaborations prestigieuses et accueille de nombreux artistes en résidence. Parmi leurs œuvres les plus spectaculaires, l'artisan compte la cathédrale du Salut-de-la-Nation, à Bucarest, la plus grande cathédrale orthodoxe du monde (inaugurée en 2018), ornée de 25 000 m² de mosaïques. L'atelier, accessible au public sur réservation, permet de voir les petites mains au travail et l'impressionnante bibliothèque de couleurs. **orsoni.com**

DÎNER AVEC LES LOCAUX

Osteria Alla Frasca

Loin de l'agitation, dans un quartier résidentiel non loin de Cannaregio, cette osteria à la salle à manger minuscule (une dizaine de couverts) déploie, sous la vigne et sur la petite place Corte de la Carità, une terrasse magique. Fréquenté en partie par des Vénitiens, qui s'attablent pour les antipasti de la lagune (poulpe, *gamberoni*, fruits de mer…) ultrafrais et des *strozzapreti* (petites pâtées torsadées) au ragoût de canard ou pour la pêche du jour cuite au four, ce repaire local semble échapper aux clichés. **Tel. +39 041 241 2585.**

TROUVER SA PAIRE DE CHAUSSONS VÉNITIENS (5)

Piedaterre

Historiquement portée par les gondoliers pour ne pas abîmer la peinture de leur embarcation grâce à la semelle en caoutchouc, la *friulana*



est devenue emblématique de Venise, pour marcher des heures comme dans des chaussons, mais avec un chic intemporel. Reprise par des Français, cette fabrique artisanale de Frioul-Vénétie propose des dizaines de modèles mixtes et de combinaisons de velours (fluo, pastel, denim, etc.), avec une ganse de couleur cousue pour un effet relax et couture. Idéal pour battre le pavé, de Venise et d'ailleurs, sans fatiguer. **piedaterrevenezia.com**

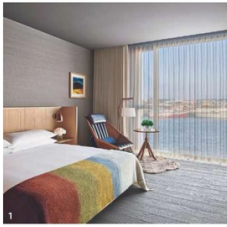
OFFRIR UN BIJOU HOMMAGE

Nardi

Réputé pour ses têtes de Maures, ce joaillier emblématique de la Cité des Doges, porté par la troisième génération, perpétue les gestes et techniques de l'orfèvrerie d'art. Aux Moretti, Veneziani et autres pièces uniques ornées de sublimes pierres fines et précieuses, Alberto a ajouté récemment une ligne combinant émaux et pierres sur des créations naives très couture et contemporaines dans leur dessin – paquerettes, camélias, boutons de rose… **nardi-venezia.com**

PHOTOS : GDP – KURT ARRIGO – VCGEL/EXPLORERS-LIBRARY/THE GRITTI PALACE – RICCARDO GRASSETTI





Reykjavik, l'éruption touristique

Depuis le réveil explosif du volcan Eyjafjöll en 2010, qui a braqué tous les regards sur l'île, des flots de visiteurs s'écoulent sur les paysages grandioses de l'Islande. Mais au cœur de la capitale, un autre spectacle les attend, celui de façades colorées masquant des trésors de modernité à l'abri de la frénésie touristique.

PAR FANNY LIAUX GASQUEREL

En 2023, l'Islande a attiré 2,3 millions de voyageurs venus des quatre coins du globe. Beaucoup d'Américains (moins de six heures de vol depuis New York) et de voisins britanniques (3 h 20 depuis Londres), séduits par les paysages bruts de l'île-glacier, l'accessibilité presque immédiate et un circuit bien rodé par les tour-opérateurs : une escale éclair à Reykjavik, puis cap sur les cascades et les plages de sable noir. Pourtant, la capitale ne manque pas de charme et mérite qu'on s'y attarde. Reykjavik s'étend sur 275 km² (Paris est 2,5 fois plus petite), mais son cœur commercial se concentre dans deux quartiers : Downtown et Kvosin, un secteur récemment redynamisé par des constructions modernes, dont le majestueux Harpa (Henning Larsen et Ólafur Eliasson, 2011), abritant l'Orchestre symphonique et l'Opéra d'Islande. Ici, pas de *skyline* à l'américaine ni de grands parcs. Le centre-ville est ponctué de maisonnettes colorées – remède chromatique à la rigueur de l'hiver, dit-on – qui côtoient des monuments emblématiques. L'église Hallgrímskirkja *(photo 2)*, haute de 75 mètres, construction rétrofuturiste de Guðjón Samúelsson achevée en 1986, offre à la fois un point de repère et de départ. Juste en face, Laugavegur, sa rue arc-en-ciel, est devenue *« sans doute le lieu le plus instagrammé de la ville »*, rapporte un guide local. Le quartier de Kvosin mérite toutefois son titre de cœur commerçant, avec l'implantation de grandes enseignes installées dans des bâtiments flambant neufs.

HÔTELS

THE REYKJAVIK EDITION (1)

La collection de Ian Schrager a été la première à se risquer à Reykjavik. Si d'autres suivront très prochainement, The Edition reste, aujourd'hui, le lieu à élire si l'on aime les grands volumes, le service à la fois chic et décontracté et le design. Posté en bord de mer, face à l'Harpa – demandez une chambre avec vue ! –, dans le quartier de Kvosin, sa situation est idéale pour rayonner à pied dans la capitale sans être confronté aux salves de touristes.
Austurbakki 2.
editionhotels.com

APOTEK HOTEL

Pour les budgets plus serrés, Reykjavik est riche d'un large panel d'hôtels aussi modestes qu'efficaces – le charme à la nordique. Apotek est le roi de cette catégorie. L'accueil est souriant, les chambres, sans fioriture, tout en restant élégantes, et le petit déjeuner mérite un 10/10, concocté à partir d'ingrédients 100 % locaux, dont un skyr d'anthologie.
Austurstræti 16. keahotels.is





RESTAURANTS / BARS

SKÁL !

L'histoire commence à New York, où l'équipe achète une enseigne néon « Skál ! » à un restaurateur qui ferme boutique. Parce que tous les chemins mènent à Reykjavik, c'est en plein cœur de son Downtown que l'on retrouve un nouveau Skál ! dans un décor industriel qui rappelle Big Apple, avec une jolie mise en scène sans excès de déco due à l'épouse designer de l'un des fondateurs. Le chef danois Thomas Lorentzen propose une cuisine d'instinct, s'amuse avec les textures, les températures et les cuissons pour créer des assiettes qui reflètent la nouvelle énergie culinaire de la ville. Ne passez surtout pas à côté du Bloody Mary du mixologue Hrafnkell Ingi, un passionné qui crée, sur demande, des cocktails surprenants en écho aux plats du chef.
Njálsgata 1. skalrvk.com

BRÚT

C'est ici que les membres du Sewing Club aiment se réunir tous les dimanches midi pour bruncher au rythme des meilleurs titres de Cerrone. Ce nom, hérité des véritables réunions de couture de leurs grands-mères, survit aujourd'hui à travers la tradition du brunch entre Islandaises, version moderne des réunions Tupperware, où les potins remplacent les boîtes de rangement autour de Mimosas servis chez Brút dans des Mason jars – à volonté, bien sûr. Le Sewing Club (et les curieux) peuvent également se (re)servir sans limite des plats minute du chef (salades fraîches, saucisses locales, pommes de terre…). En semaine, le menu, plus ambitieux et tourné vers les trésors de la mer, vaut le détour.
Pósthússtræti 2. brut.is

ÓX

Sonnez à l'interphone « Amma Don », puis laissez l'expérience vous happer pendant quatre heures. Elle commence au bar, ambiance rétro, où l'on sirote un apéritif accompagné de petites bouchées. Puis, une bibliothèque s'ouvre sur un comptoir intime de 17 places. La cuisine ? Intense, dénuée de fioritures, maîtrisée, avec une délicatesse inattendue… Et étoilée ! Mention spéciale au wasabi islandais, dosé à la perfection.
Laugavegur 55. ox.restaurant

BÆJARINS BEZTU PYLSUR (3)

Bill Clinton aurait dit de cette échoppe toujours bondée qu'on y ferait les meilleurs hot dogs du monde… À Reykjavik, ces sandwichs sont incontournables et la farce de leur saucisse est au 3/4 composée d'agneau, la viande locale. Efficace et pas cher.
Tryggvagata 1. bbp.is

BOUTIQUES

SMEKKLEYSA

Smekkleysa, connu sous le nom de Bad Taste dans les pays anglophones, est l'un des plus



importants labels islandais, créé en 1986. Il a, entre autres, produit les trois premiers albums studio du groupe Sigur Rós. Depuis juin, la boutique de vinyles s'est offert un coffee-shop permettant aux amateurs de se réchauffer avec un bon café tout en faisant leur choix dans les bacs.
Hverfisgata 32. smekkleysa.net

MIKADO (5)

Mikado est une boutique comme il y en a peu à Reykjavik, proposant une sélection très resserrée de produits de beauté (Le Labo, Aesop) mêlée à une bibliothèque de journaux indépendants et d'articles d'art de la table et de décoration scandinave (Frama, &Tradition). Un moment de méditation esthétique qui embrasse à merveille l'énergie de Kvosin.
Kolagata Hafnartorg. mikado.store

JS WATCH

Qu'ont en commun Nick Cave et le Dalaï-Lama ? Une montre JS Watch au poignet. Dans un showroom minuscule de 25 mètres carrés flanqué d'un atelier à peine plus grand, cette marque se proclame *« le plus petit manufacturier du monde »*. Mieux qu'un magnet, c'est le souvenir ultime à rapporter d'Islande – battant au rythme d'un calibre suisse.
Laugavegur 62. jswatch.com

GALERIE / MUSÉE

SKEKK (4)

Une (rare) galerie de design contemporain qui accompagne les professionnels sur leurs projets et met l'eau à la bouche de ses clients avec sa sélection pointue de pièces largement scandinaves. Des expositions sont à venir.
Óðinsgata 1. skekk.com

LISTASAFN REYKJAVÍKUR – HAFNARHÚS

Le musée d'art de Reykjavik regroupe en fait trois adresses. La plus centrale, Hafnarhús, est son antenne la plus avant-gardiste, consacrée à l'art moderne et à l'art contemporain, mettant en lumière des artistes pour la plupart islandais. Jusqu'en 2025, les œuvres d'Erró, peut-être le plus célèbre des plasticiens locaux, sont mises en scène au premier étage et une installation de Sigur Rós magistrale fait littéralement vibrer le rez-de-chaussée.
Tryggvagata 17. listasafnreykjavikur.is



Y ALLER

Icelandair opère des vols directs au départ de Paris-CDG toute l'année et en correspondance pour plus de 15 destinations aux États-Unis et au Canada. Vols aller-retour dès 339 € (bagage compris).

Découvrez un format XXL de ce reportage sur notre site internet : thegoodlife.fr/grand-guide-reykjavik/

PHOTOS : LUDOVIC CHARLET / UNSPLASH – HELOÏSE DELBOS / UNSPLASH – NIKOLAS KOENING – FANNY LIAUT GASQUEREL



Cacio e pepe, plus difficile est la simplicité

« Ô métamorphose mystique / De tous mes sens fondus en un ! / Son haleine fait la musique, / Comme sa voix fait le parfum ! » Issus de *Spleen et Idéal*, ces vers invitent à aimer sans concession, absolument, dans une savoureuse confusion des sens. Baudelaire devait être amateur de *cacio e pepe*. Comme nous.

PAR FRANÇOIS SIMON

C'est sans doute parce que la sonorité nous plaît qu'immédiatement l'Italie entre à pleines bouchées. À la limite, nous ne sommes même pas exigeants. Il nous aura suffi de l'haleine, de la voix et de son parfum. *Vitello tonnato*, tiramisu, *spaghetti alle vongole* et aujourd'hui *cacio e pepe*. Sentez-vous déjà cette allégresse, cette joie toute simple ? On va « manger » loin de toute sophistication, de tout enjeu. Cependant, méfionsnous des mets simples. Ce sont les plus faciles à faire, les plus durs à réussir. Pourquoi ? Parce qu'il s'agit là d'une

redoutable évidence : des pâtes sèches, du pecorino romano et du poivre. Pourtant, bien souvent, dans l'allégresse de la félicité, les cuisiniers d'un jour (vous et moi), nous nous emportons, voulons mieux faire, enrichir, sublimer. Pauvres de nous ! Misère de misère que d'ajouter de la crème, des lanières de parme, des herbes… On devrait nous faire manger de la terre comme punition. Et revenir aux basiques, nous menotter à la recette. Des pâtes d'abord. Sèches. *« Des spaghettis d'assez gros calibre (Cocco ou Felicetti)*, comme le recommande Sylvain Ercoli, directeur du Bulgari Paris, *ou alors des pennone, comme au bar de l'hôtel, voire des rigatonis, comme chez Epoca. Ensuite, du pecorino romano dont on surveillera bien la dimension salée, qui peut faire chavirer votre plat. »* Enfin, le poivre. C'est sans doute ici que se joue le twist du plat. On évitera ces lamentables créatures que sont les poivres en poudre, sortes d'abominations déshonorantes. Qu'on le sache, un restaurant, une maison se juge ainsi. Il s'agit donc d'affiner le tir et de rejoindre ici – pour une fois c'est toléré – ses penchants. Ne soyez pas trop sophistiqué, n'oubliez pas que nous sommes dans la cuisine italienne et son axe fondamental : la *cucina povera.*

La résonance du grain de poivre

Les *cacio e pepe,* c'est l'histoire des bergers qui emportaient dans leur refuge des pâtes sèches, un fromage résistant et du poivre, histoire de se réchauffer. Ce poivre doit faire fonctionner les poulies rupestres : du sarawak, du poivre de Madagascar ou des gorilles (maison Izraël, à Paris), mais avec de la détermination, un grain pas trop fin, de la matière. C'est même lui qui va faire résonner le plat, donner cet écho mémorable alors que, tout en puissance, le pecorino va faire fonctionner les basses. Le poivre, faut-il le rappeler, a longtemps été rare et hors de prix. Tout comme le sel, il était monnaie courante – d'où le mot « salaire », de *salarium,* ration de sel. Ce n'est qu'au début du XIXe siècle qu'il devient abordable et est adopté par toutes les classes sociales. La recette ? Il y a suffisamment de livres et de sites pour vous rappeler les fondamentaux. Mais sachez que cela ne se fait pas de façon dilettante, avec une main sur le téléphone, l'autre sur la hanche de son (sa) fiancé(e). Notre recommandation : faites cela en solo, et que personne ne vous dérange, notamment lorsque vous allez apporter l'eau de cuisson (et son amidon) sur le pecorino râpé. C'est ici que tout se joue – et se rate si souvent. *« Trop chaude,* précise François-Régis Gaudry dans le livre *On va déguster l'Italie, le fromage risque de filer et de former une boule compacte ; si la température est trop froide, l'émulsion sera granuleuse. »* Autres conseils pour les pâtes, outre les spaghettis : des rigatonis, *« plus traditionnels, mais plus difficiles à manier avec l'émulsion fromagère ; ou encore les tonnarellis : des pâtes longues, variante romaine des* maccheroni alla chitarra *des Abruzzes ; ils ont de nombreux adeptes, mais ils sont poreux et ont tendance à absorber la sauce ».* Si vous voulez faire l'ingénu et sécher ceux qui la ramènent, parlez de l'importance de l'eau. On vous regardera à deux fois, mais tout est là : le bouillon. Certains, comme au Bulgari, font infuser de la menthe. L'eau italienne est forcément différente de la nôtre. Comme du reste au Japon, les dashis de Tokyo (plus prononcés) n'ont rien à voir avec ceux de Kyoto. Pourquoi ? Les premiers se font avec l'eau venant des nappes phréatiques ; les seconds se concoctent avec l'eau venant des sources naturelles des montagnes alentour… Les *cacio e pepe,* c'est également tout un résumé de la cuisine italienne, cette fameuse *cucina povera* évoquée plus haut, l'aristocratie paradoxale des plats simples. En fait, les *cacio e pepe* vous font entrer dans une approche radicale de la cuisine. Elles demandent un engagement total (à la limite, un fond musical et un verre de pinot *grigio*), beaucoup d'humilité, le respect de l'al dente et, surtout, un entêtement magnifique. Au bout de la centième fois, vous pourrez servir vos *caccio e pepe* sans mot dire, la tablée aura compris… Ou alors, changez d'amis. ■

FAITES CELA EN SOLO, ET QUE PERSONNE NE VOUS DÉRANGE

CARNET D'ADRESSES

PARIS

- **Dilia.** Michele Farnesi, passé par les belles adresses de Pierre Jancou (Heimat) et Giovanni Passerini (Rino), s'est installé près de la rue de Ménilmontant et délivre une cuisine vive et inspirée. Se renseigner avant pour savoir si la recette est à la carte. **1, rue d'Eupatoria, Paris 20e. dilia.fr**
- **Il Fico.** Entre la place des Victoires et les Halles, une trattoria à la sarde délivre des *culurgiònes,* spectaculaires raviolis traditionnels de Sardaigne, dans une version *cacio e pepe* aiguillonnée d'une touche de menthe. **31, rue Coquillière, Paris 1er. ilficoparis.com**
- **Bulgari.** Au bar de cet hôtel de l'avenue George-V, façon pennone, dans un cadre élégant. **30, avenue George-V, Paris 8e. bulgarihotels.com**
- **Epoca.** Une adresse pilotée par Denny Imbroisi dans un cadre bistrotier à l'angle d'une rue. Version rigatoni des *cacio e pepe,* délurée et convaincante. **17, rue Oudinot, Paris 17e. epoca.paris**
- **Giusé Trattoria.** Dans leur nouvelle trattoria, Sébastien et Grégory Mancuso, restaurateurs investis, ont leur idée très précise du plat : *spaghetti alla chitarra.* Réussi. **125, rue du Faubourg-Saint-Honoré, Paris 8e. giuse.fr**

ROME

- **Roscioli.** Restaurant-épicerie mythique à l'atmosphère gourmande, si vivante. Mémorable avec sa déclinaison au pecorino romano, pecorino di fossa di Sogliano et pecorino di Moliterno… **Via dei Giubbonari, 21-22. salumeriaroscioli.com**
- **Da Francesco.** Près de la piazza Navona, une adresse bien ancrée dans la tradition, simple (spaghetti, fromage et poivre noir) et surtout locale. **Piazza del Fico, 29. dafrancesco.it**
- **Da Cesare al Casaletto.** L'unanimité pour notre obsession du jour, remarquable carte des vins. **Via del Casaletto, 45. trattoriadacesare.it**

PHOTO : STOCKFOOD



L'EXPÉRIENCE INSOLITE DES CUENCAS MINERAS

Les randonneurs curieux peuvent s'aventurer dans des espaces protégés insolites, jadis sites d'exploitation de la houille et du charbon, où la nature a, depuis, repris ses droits. Le patrimoine industriel préservé y offre aussi une perspective culturelle qui enrichit l'expérience du marcheur. Excursions courtes et douces ou itinéraires exigeants pour marcheurs aguerris peuvent ensuite se prolonger dans la Sierra del Aramo ou les montagnes bordant les parcs naturels de Redes et Las Ubiñas-La Mesa.

Les Asturies, paradis de la randonnée

Avec sept réserves de biosphère reconnues par l'Unesco et des centaines de sentiers entre rivages et montagne, la principauté des Asturies s'impose en toutes saisons comme l'une des championnes de la randonnée en Europe.

Située sur la côte nord de l'Espagne, la principauté des Asturies abrite le plus vieux sentier de randonnée de tous les temps. En effet, il y a plus de mille ans, c'est d'Oviedo, capitale des Asturies, que le premier pèlerin pour Compostelle s'élança à pied vers les reliques de saint Jacques qu'on venait d'y découvrir. Au XXIe siècle, les Asturies regorgent d'atouts pour les amateurs de *slow travel* et de nature. C'est l'un des territoires les plus verdoyants d'Espagne, dont plus d'un tiers de la superficie est protégée et labellisée parc ou réserve naturelle. Pour en découvrir et en apprécier toutes les richesses, il n'y a rien de mieux que la marche. Au rythme lent de ses propres pas, avec son sac sur le dos, on oublie rapidement le fracas de la civilisation en s'immergeant peu à peu dans des paysages aussi somptueux qu'apaisants. Sur l'ensemble de la principauté, des dizaines de sentiers permettent de traverser des régions aux paysages variés et au riche patrimoine culturel, baignées par un climat océanique qui leur apporte des hivers doux et les protège des grandes chaleurs estivales.

Camino Primitivo

Rien de mieux que d'emprunter l'un des deux chemins qui mènent à Compostelle ; accessibles à toute personne en bonne santé, ils ne comportent pas de difficulté majeure et les étapes peuvent être modulées selon la forme et l'envie de chacun. Qu'on y consacre une excursion d'une journée ou quinze jours, pour rejoindre Saint-Jacques, ces itinéraires ont l'avantage d'être très bien balisés et de sillonner des régions au très riche patrimoine culturel. Le Camino Primitivo est la première voie de pèlerinage, et donc la plus ancienne, pour rejoindre Santiago au départ d'Oviedo (Uviéu, en asturien), pour découvrir une campagne authentique et vallonnée. Après deux semaines de marche, on atteint le but ultime du pèlerinage : Saint-Jacques-de-Compostelle. Le début du parcours à travers la campagne asturienne, sur d'anciennes chaussées romaines, fait découvrir les mystères de ce premier chemin établi au IXe siècle par le roi des Asturies Alphonse II, dit « le roi pèlerin ». Puis l'alternance des vertes collines avec les épaisses forêts de chênes, l'habitat de plus en plus dispersé et la présence des *hórreos*, ces greniers sur piliers, marquent le chemin.

Camino del Norte

Itinéraire longeant la côte la mieux préservée d'Espagne, le Camino del Norte serpente entre côtes déchiquetées, plages et collines, avec pour toile de fond, et tout le long du parcours, les pics d'Europe. Jusqu'à Colunga, les voyageurs découvrent de beaux villages, des villes anciennes et des stations balnéaires de la Belle Époque, comme Llanes ou Ribadesella/Ribeseya. Puis vient Villaviciosa, et toutes les facettes de la campagne et des collines asturiennes se dévoilent aux yeux des randonneurs. *Hórreos* et cidreries jalonnent le parcours, jusqu'à la populeuse ville de Gijón/Xixón, puis la magnifique Aviles, au centre-ville historique classé. En suivant la Senda Costera, les marcheurs

1. La côte asturienne, qui s'étend sur 400 km, est la mieux préservée d'Espagne.
2. 3. et 4. Les Asturies comptent de nombreux espaces protégés, dont des parcs naturels et des réserves de biosphère reconnues par l'Unesco, ainsi qu'une population de plus de 300 ours à l'état sauvage.

alternent alors entre plages secrètes et stations balnéaires animées. Les villages colorés et les charmants ports de pêche se succèdent : Cudillero ou Soto de Luiña comptent parmi les plus inoubliables. Après Cadavedo/Cadavéu, un enchaînement de falaises et de panoramas découpés spectaculaires s'étend jusqu'aux plages de Castropol.

Route de la rivière Cares

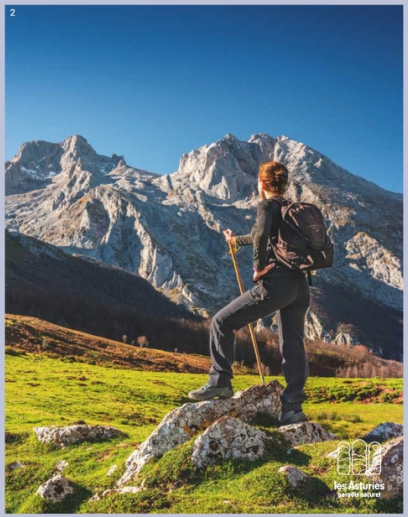
Mais c'est sans doute dans les montagnes des Asturies que l'expérience reste le plus intense. Parsemées de cascades, de lacs et de forêts, ces routes constituent un majestueux livre ouvert sur la vie. Le parc national Picos de Europa est le plus prestigieux de ces territoires, avec son incontournable route du Cares, qui relie Caín et Poncebos. Surnommée la « Garganta Divina » (la gorge divine), ce chemin surplombe l'imposant défilé creusé par la rivière Cares, entre sommets mythiques et traversées d'environ 70 tunnels creusés dans la roche, où règnent le chamois et le loup ibérique. Mais le plus magique de ces espaces est incontestablement Muniellos, dans l'ouest des Asturies. Cette réserve naturelle intégrale, où toute activité forestière a cessé depuis 1973, est aujourd'hui le territoire qui concentre le plus grand nombre de chênes rouvres en Europe. Un accès limité à vingt personnes par jour a permis à Muniellos de devenir l'une des forêts les mieux conservées de la côte Atlantique, où les arbres et la mousse profitent de l'humidité environnante et où les lichens, qui y poussent à foison, témoignent de la pureté de l'air. Un sanctuaire où savourer le plaisir rare et précieux de randonner presque seul au monde. ■

MONUMENTS NATURELS EN MAJESTÉ

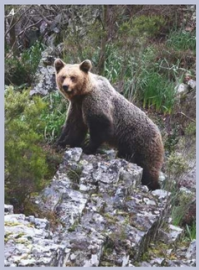
Les Asturies comptent 40 monuments naturels déclarés. Il s'agit de plages, de cascades, de grottes, de bosquets et d'arbres réputés pour leur originalité, leur rareté ou leur beauté, qui font l'objet d'une protection particulière. Sélection de quelques spécimens remarquables :

- **Alcornocal de Boxu, à Allande :** la forêt de chênes-lièges la plus vaste et la mieux conservée des Asturies.
- **Playa de Frexulfe, à Navia :** une étendue de sable rectiligne de 800 mètres de long et de plus de 100 mètres de large, espace sauvage bordé de plantes dunaires.
- **Carbayón de Valentín, à Tineo :** un chêne de plus de 700 ans, dont l'existence est attestée par des documents datant du Moyen Âge.
- **Bufón de Santiuste, à Llanes :** le plus grand geyser de la côte, capable de projeter des gerbes d'écume jusqu'à quarante mètres de hauteur.

Plus d'infos sur : turismoasturias.es







PHOTOS : JUAN DE TURY - J. MORROCO - MANFRIS



Entreprise B Certifiée

L'immensité, tout simplement.

Co-créez votre voyage avec nos experts à destination.

Vertueux, authentique et 100% local : un voyage pour profiter de conseils sur mesure de celles et ceux qui y vivent.

evaneos.fr | @evaneos



The Good Mountain

PAGES 129 – 170

PHOTOS: NATHAN BIRREN

Le pic du Midi, en bonne voie pour son classement au patrimoine mondial de l'Unesco.



Hospitalité expérimentale

L'Experimental Group a développé une signature hôtelière comme il n'en existe nulle autre. Forte d'un ADN mâtiné de mixologie, l'enseigne bouscule les codes de l'hospitalité pour mieux les accorder aux attentes de l'époque.

PAR OLIVIER RENEAU

En juillet dernier, le chausseur et styliste Christian Louboutin entrait au capital de l'Experimental Group. Que de chemin parcouru depuis 2007, date de l'ouverture de leur premier bar à cocktail, l'Expérimental Cocktail Club, dans le quartier Montorgueil, à Paris. C'est que l'histoire de ce groupe hôtelier a, pour ainsi dire, démarré dans un shaker ! Ses fondateurs – Olivier Bon, Pierre-Charles Cros et Romée de Goriainoff – n'ont pas 75 ans à eux trois, mais se connaissent par cœur depuis l'enfance. Forts de virées outre-Atlantique alors qu'ils sont étudiants, ils arrivent à l'évidence que la France a un sacré train de retard en matière de bar à cocktails. Sans réel fonds propres ni expérience de management, ils décident de se lancer avec une première adresse, puis deux autres dans la foulée. À l'époque, on ne peut compter que sur le Harry's Bar et feu Le Forum pour déguster un drink qui tient la route, mais dans une ambiance, soyons honnêtes, plutôt propice à ravir les « vieux » messieurs. Ces trois ouvertures successives font un carton auprès de la jeune génération qui, bien souvent, découvre les saveurs des boissons mixées. Autant dire que « l'Expé » va largement lancer le mouvement de la mixologie dans l'Hexagone, en formant notamment des barmen qui, plus tard, ouvriront leur propre lieu. Très vite, les trois acolytes voient grand et décident de s'exporter, histoire de montrer à Londres et à New York comment les Frenchies s'y entendent en matière de cocktails. Dans la foulée, un quatrième complice, Xavier Padovani – qui connaît parfaitement l'univers des spiritueux – rejoint l'aventure, en même temps qu'un partenaire financier, Jean Moueix, héritier de Pétrus, ne va cesser de les aider à aller plus loin dans leur rêve. *« En fait, dès le début nous avions bien en tête cette idée d'ouvrir des hôtels en y injectant ce qui nous animent : bien boire, bien manger et faire la fête »*, souligne Romée de Goriainoff. Le premier établissement hôtelier ouvre pile au bon moment, au bon endroit, dans un Pigalle en pleine mutation. *« Le concept était simple : un lobby minuscule, mais un bar et un restaurant au rez-de-chaussée et des chambres au-dessus »*, explique Olivier Bon, dont la compagne, l'architecte d'intérieur Dorothée Meilichzon, va devenir l'une des signatures stylistiques du groupe. Des chefs qui bouleversent les codes de la restauration, à l'image de Giovanni Passerini et Grégory Marchand, les accompagnent sans hésiter dans l'ouverture de nouveaux établissements, désormais aussi bien en France – Biarritz et Cannes – qu'à l'étranger : Venise, Verbier, Minorque, Ibiza, les Cotswolds… Très souvent, les adresses reprises disposent d'un charme fou, mais sont de belles endormies, auxquelles l'Expé, grâce à l'art de vivre qu'il y injecte, donne une seconde vie.

Achats et développement

En 2021, le groupe prend une nouvelle ampleur, puisque les quatre associés parviennent à lever 380 millions d'euros auprès de Brookfield Asset Management et à entraîner la BPI avec eux. *« Au total, 350 millions vont être confiés à une foncière qui va assurer l'achat d'établissements, et 30 seront assignés au développement du groupe »*, explique Pierre-Charles Cros. En effet, le groupe n'est pas propriétaire des adresses, mais s'assure que chacune soit développée selon une charte identitaire qui lui est propre. Désormais, L'Experimental Group est présent dans six pays et se trouve à la



EXPÉRIMENTAL CHALET VAL-D'ISÈRE

Ce 5-étoiles est le premier hôtel de L'Expé dans les Alpes française. *« Après l'Experimental Chalet Verbier, nous voulions un établissement du même ordre côté français, à la fois proche des pistes et au centre d'une station. Nous aimions l'atmosphère de Val-d'Isère et n'avons pas hésité à saisir une occasion qui s'offrait à nous de créer ce second Experimental Chalet »,* souligne Pierre-Charles Cros. C'est aussi la première réalisation en station pour l'architecte d'intérieur Dorothée Meilichzon. Aussi, elle a souhaité partir d'une page blanche après avoir fait vider les intérieurs de l'ancien Aigle des Neiges. Mais elle en a conservé l'enveloppe plutôt typique de Val-d'Isère, avec ce mélange de lauze, bois et béton, très proche de l'esprit des lodges américains. À partir d'un concept architectural qu'elle a nommé l'Esprit de la forêt, elle a dessiné le moindre détail des agencements, en se tenant à une ligne à la fois alpine et moderne. Elle a d'ailleurs fait un clin d'oeil aux pistes voisines en créant « l'enduit ski » qui rappelle les traces s'entremêlant dans la neige. Pourvue de 110 chambres, l'adresse dispose d'un espace bien-être avec un spa et une piscine de 25 mètres, ainsi que deux restaurants (une brasserie contemporaine et une table consacrée au fromage) et, bien sûr, un bar à cocktails qui promet d'être l'adresse incontournable de l'après-ski.
Rue de la Poste, Val-d'Isère (Savoie). experimentalchaletvaldisere.com

tête d'une vingtaine d'établissements, qui ne sont d'ailleurs pas toujours associés à un hôtel. Ainsi du Stereo, à Londres, un club mythique dont on nous dit qu'il était impossible de ne pas vouloir le relancer, ainsi que d'un bar à vin, La Compagnie des vins surnaturels, et d'un Expérimental Cocktail Club, que le quatuor vient tout juste de rouvrir à New York *« Le covid est passé par là depuis nos premières aventures à Manhattan, mais c'était incroyable de constater à quel point le public attendait que l'on revienne »,* explique Xavier Padovani, soulignant que le projet d'un hôtel est bien dans les tuyaux.

Chacun pense pour quatre

À bien y réfléchir, cette entreprise confirme la maxime qu'on est plus fort à plusieurs que tout seul. *« On se voit très régulièrement, on a des réunions hebdomadaires, mais chacun pense pour quatre lorsqu'il a une décision à prendre. C'est aussi une vraie force pour pouvoir être dans plusieurs endroits en même temps »,* fait remarquer Romée de Goriainoff. Aujourd'hui, l'Experimental Group emploie près de 900 personnes, chiffre qui ne devrait pas fléchir si l'on en juge les ouvertures déjà annoncées : le plus grand hôtel de Val-d'Isère, un établissement à Rome l'été prochain et, contre toute attente, la reprise du Sinner, en plein Marais, qui devient dès janvier l'Experimental Marais. *« Nous avons travaillé avec l'architecte Tristan Auer pour remettre à plat la décoration et l'accorder à nos codes »,* explique Xavier Padovani. Et déjà, des destinations comme Chamonix, Saint-Moritz ou Comporta sont à l'étude. La clientèle de voyageurs, désormais très fidèle, sait bien qu'en mode travail, comme en loisir, elle va retrouver la même offre de service, les mêmes standards et, surtout, cette atmosphère si singulière qui fait la signature inimitable de l'Expé. ■



PHOTOS : KAREL BALAS - PATRICK LOCQUENEUX - MR TRIPPER

1. et 3. À Cowley Manor (1), dans les Cotswolds, le chef conseil du restaurant, Jackson Boxer (à gauche), est entouré d'Olivier Bon, Xavier Padovani, Romée de Goriainoff et Pierre-Charles Cros, les associés de l'Experimental Group.
2. L'Experimental Chalet Val-d'Isère.

Les dynasties alpines

Certaines légendes se sont bâties sur des générations ; d'autres réussites, plus récentes, forcent la reconnaissance. Toutes ont en commun le mérite d'incarner une montagne de plus en plus lifestyle au jeu des cinq familles.

PAR LAURENCE GOUNEL







1. Le bar lounge 1974 de l'Annapurna, royaume du chef barman Alain Pëant depuis maintenant quarante ans.
2. Sandra Pinturault, à la tête de l'aventure hôtelière et familiale depuis 2019.
3. Les assiettes du chef Jean-Rémi Caillon puisent leur inspiration dans le sous-bois.

COURCHEVEL

Famille Pinturault

Une transmission en pleine mutation

Avec l'Annapurna 5 étoiles, l'hôtel le plus élevé de la station, Sandra et Alexis Pinturault fêtent cette année cinquante ans d'hospitalité. Si cette parcelle perchée sur les hauteurs de la station n'intéressait personne quand leurs grands-parents en ont fait l'acquisition, en 1972, elle offre aujourd'hui l'un des panoramas les plus étourdissants des 3 Vallées, avec la Grande Casse et l'aiguille du Fruit dans le viseur. Décidément visionnaires, Christiane et André Pinturault ne se sont pas contentés de transformer le paysage en plantant des sapins, ils ont séduit les privilégiés avec des goûters pantagruéliques, des soirées piano-bar, des buffets festifs et une navette privée pour descendre au village. Rejoints par leur fils Claude, non moins entrepreneur, ils ont continué à peaufiner les codes d'une hôtellerie au sommet, avec des suites, des terrasses baignées de soleil et une piscine extérieure chauffée qui rendent le produit de plus en plus désirable au fil des années 80. En 2024, c'est l'impulsion de la troisième génération qui augure d'un avenir encore plus épicurien avec la personnalité de Sandra, gastronome exigeante, amatrice de vin, d'art et remarquable cavalière. Biberonnée à l'esprit d'entreprise familiale et à l'hôtellerie, en particulier après un cursus en école de commerce et finance des marchés, elle commence dès 2013 comme réceptionniste, puis monte les échelons un à un, jusqu'à prendre la direction de l'hôtel en 2019. Aujourd'hui, celle à qui l'on doit le kids club façon banquise, le club ados et le parcours de street art dans l'hôtel, ne cache pas ses ambitions d'attirer une clientèle de plus en plus hédoniste, avec l'obtention, en 2024, d'une clef Michelin et d'une première étoile pour son chef Jean-Rémi Caillon et sa table Alpage, ultraexclusive (12 couverts seulement) et ouverte au dîner uniquement. En 5 ou 7 temps, ce sont des assiettes millimétrées qui plongent les hôtes dans « une balade en forêt » avec autour, un univers feutré, minéral, signé par le cabinet d'architectes Giffon. Même le bistrot, convivial mais nappé, obéit aux codes du chic et de l'excellence des produits. La Ferma, indispensable table de spécialités, suit le mouvement avec un design rural léché et les fromages de compétition du crémier star et MOF Bernard Mure-Ravaud. Si Alexis, son frère, est aujourd'hui le sportif le plus victorieux du ski tricolore (triple champion du monde, triple médaillé olympique…), il n'échappe pas non plus à son destin entrepreneurial. Il s'est d'abord investi dans la construction des chalets Altaï (trois hébergements d'exception à louer, avec prestations hôtelières) et dans l'ouverture de l'hôtel Les Peupliers (avec, pour restaurant, La Table de mon Grand-Père), dont il prendra la direction dès la fin de sa carrière. La fratrie forme désormais une jeune lignée d'hôteliers ambitieuse, qui déploie une vision de l'hospitalité de plus en plus épicurienne, mais toujours familiale et à taille humaine. **annapurna-courchevel.com**





FLORENCE CARCASSONNE, L'ÉLOGE DE LA DISCRÉTION

Elle est née à Marseille et n'avait aucun lien particulier avec la montagne avant de devenir l'hôtelière la plus chaleureuse de la station huppée des 3 Vallées. L'une des premières femmes à diriger un hôtel de luxe aussi, dès 1979, avec La Trémoille, à Paris. S'ensuivent le George-V, le Martinez, à Cannes, le Royal Mansour, à Casablanca… avant que Jean Cattelin, l'un des pionniers de la station, ne construise La Sivolière, cet hôtel-chalet intimiste, et ne la sollicite pour jouer la cliente mystère. Désormais indissociable de la destination avec ses 35 chambres et suites à l'abri du m'as-tu-vu, Florence Carcassonne mérite sa place dans ce jeu des cinq familles qui incarnent chacune sa vision de l'art de vivre à la montagne. La sienne ? Cultiver une convivialité peu courante à ce niveau d'hôtellerie. Au-delà de partager un moment avec sa clientèle, pour la plupart habituée et dont elle connaît chaque prénom, « Madame » (comme l'appellent ses employés) a réussi à combiner un service d'exception inhérent à son palace de poche avec l'accueil décontracté d'une maison de famille. Si elle fut la première, en 2009, à confier au designer Tristan Auer l'architecture d'intérieur d'un hôtel, elle a inauguré le premier spa Odacité en France et même imaginé des semaines « hypno naissance » pour accompagner les couples qui attendent un enfant. Chez elle, les plus petits ont leur propre réception et *check-in*, avec des attentions tout au long du séjour. Pas bégueule, elle a aussi développé une offre pour les chiens, après qu'un couple séjournant dans un chalet de la station n'acceptant pas les animaux lui réserve une chambre et lui confie ses deux « enfants ». Elle a ainsi réconcilié Courchevel avec une clientèle fortunée et discrète, exigeante mais en quête de simplicité. **hotel-la-sivoliere.com**

4. et 6. Toutes les chambres de l'hôtel La Sivolière ont été refaites il y a deux ans.
5. Florence Carcassonne y cultive un esprit maison de famille depuis vingt ans.



PHOTOS : PAUL BRÉCHU – ANNAPURNA ARCHIVES – FOUDIMAGES – MAUDITSALAUD – COLL. PARTICULIÈRE

MEGÈVE

Famille Sibuet

Le modèle « maisons de famille »



Nous sommes au début des années 80, quand Jocelyne et Jean-Louis Sibuet, enfants du pays et jeunes mariés, ont l'idée de proposer un chic différent dans une station réputée auprès de l'aristocratie. Leur définition du luxe ? Séjourner avec un service aux petits soins, mais dans une décontraction « comme à la maison » reprenant les codes et l'esthétique de la montagne. Plus qu'un art de vivre à la française, il s'agit de valoriser celui de la destination dans laquelle on se trouve. S'ils se font la main avec un premier petit hôtel, c'est grâce à la construction des Fermes de Marie, au tout début des années 90, qu'ils imposent leur style. Une certaine vision de l'hôtellerie de charme, et qui demeure pour beaucoup encore une référence. À cette adresse toujours emblématique trente ans après, s'ajoutent l'Hôtel Mont-Blanc, en 1994, puis, deux ans plus tard, le Lodge Park (rénové en grande partie cet hiver, avec un tout nouveau spa de 800 m²) dans un esprit de refuge de trappeurs ultrachic… En 2000, c'est leur coup de cœur pour la Provence lors de vacances en famille qui les appelle à décliner les valeurs de Megève dans la ruralité du parc national du Luberon, avec La Bastide de Marie. La Villa Marie rejoint la collection dans la foulée : une seconde adresse provençale surplombant cette fois la Méditerranée depuis l'arrière-pays tropézien. Marie ? Le prénom de leur fille aînée qui, bon sang ne saurait mentir, attrape le virus de l'hôtellerie, comme son frère Nicolas. En 2011, âgés de 30 ans à peine, ils imaginent des adresses plus générationnelles, inaugurant une nouvelle typologie d'hôtels à la montagne – Altapura à Val Thorens, Hôtel des Dromonts à Avoriaz, Terminal Neige-Totem à Flaine… – avant de reprendre progressivement la destinée du groupe dans sa totalité. S'ils acquièrent la Villa Marie à Saint-Barth – un ovni intimiste, loin des plages et à la manière d'une maison coloniale en pleine végétation, offrant un point de vue imprenable depuis le toit de l'île – et ouvrent des tables et lieux d'expériences 100 % montagne à Megève (une table d'hôte dans les alpages, la reprise du plus vieux bistrot de Megève…), ils décident d'un commun accord de se recentrer sur ce qui leur tient à cœur et d'aller là où sont leurs racines. Restent donc Megève, la Provence, la Côte d'Azur, Saint-Barth et une expertise qu'ils ont su développer en famille au point que les Fermes de Marie en ont fait leur signature : les spas Pure Altitude. Une vision du bien-être inspirée des plantes de montagne, privilégiant une atmosphère minérale, des matériaux bruts et des protocoles singuliers. Et si, Marie et Nicolas s'investissent à 200 % sur l'architecture d'intérieur et la gastronomie à travers leurs différents établissements, Marie a fait des spas son domaine de prédilection, alors que Nicolas s'attache à développer toute l'offre agrotouristique. Travailler la vigne au milieu des côtes du Luberon s'est imposé naturellement, et aujourd'hui, c'est 80 % des légumes de la Bastide de Marie qui sont produits dans le potager en permaculture. Même fabrication maison pour l'huile d'olive, le miel, les huiles essentielles… Une suite logique à cette vision du luxe authentique, désormais un peu plus ancré encore dans une expérience de ruralité. **maisonsethotels-sibuet.com**



1. Le Lodge Park a rouvert ses portes cette année après une rénovation d'envergure, qui combine l'esprit d'un repaire de trappeurs avec le confort d'une hôtellerie de charme.
2. Marie et Nicolas Sibuet ont repris la destinée du groupe fondé par leurs parents et ancrent leurs maisons dans une ruralité chic.

PAGE DE DROITE :

3. et 5. Le Panoramic (3), l'un des restaurants les plus hauts d'Europe, est emmené par la cuisine d'exception de Jean-Michel et Clément Bouvier (5) dans la plus pure tradition savoyarde.
4. Chez Ursus, le chef Clément Bouvier, récompensé d'une étoile Michelin et d'une étoile verte, propose une gastronomie créative inspirée par la montagne.



TIGNES

Famille Bouvier

Des fines gueules au sommet

Alors que Catherine et Jean-Michel, restaurateurs étoilés à Chambéry, organisent des dîners improvisés au milieu d'un champ ou au bord d'une piste à Courchevel, leur fils Clément, 14 ans, rêve lui aussi de cuisiner un jour en pleine nature. La petite famille finit par s'installer à Tignes en 2008 et inaugure le Whitney Bar, un premier restaurant, et surtout, Les Suites – qu'ils rénovent intégralement en 2013 pour en faire le premier 5-étoiles de la station. La success-story est en marche… En 2011, ils rachètent le restaurant d'altitude Le Panoramic, dont Clément prend les rênes quelques années plus tard, et il exauce dans la foulée son rêve avec l'ouverture, en 2017, d'Ursus, un « gastro de poche », qui décroche l'étoile deux ans après, puis une étoile verte. Unique en son genre, cette salle à manger recrée l'atmosphère d'une forêt au clair de lune, grâce à 380 sapins du parc des Bauges naturalisés plus vrais que nature. Une toile de feuillages suspendus au plafond, une moquette de pins sylvestres en trompe-l'œil viennent finir de plonger une trentaine de couverts dans l'intimité d'un dîner planqué dans les bois. Le respect des produits on ne peut plus locaux, des cuissons et la créativité font le reste… La réputation de ce chef passé chez la famille Meilleur, à la table de La Bouitte, à Saint-Martin-de-Belleville, dépasse rapidement les frontières des Alpes. Cette même année 2017 est marquée par l'ouverture de La Table de Jeanne, avec une cuisine savoyarde confiée au chef Hugo Colombo, considéré comme un membre à part entière de la famille. Suite logique, c'est une épicerie qui valorise la crème des produits et spiritueux alpins qui vient répandre son aura haut de gamme, en 2021, sur la rue commerçante du Val Claret. Après l'ouverture du Palet – une cantine festive sur les pistes –, en 2023, ce sont deux boulangeries top qualité qui devraient s'installer, d'ici peu, juste à côté d'Ursus et du lac de Tignes. Fins palais, les Bouvier n'en demeurent pas moins entrepreneurs convaincus qu'il est temps pour Tignes de gagner ses galons de station épicurienne, après des dizaines d'années avec l'image d'une usine à skis collée aux spatules. **maison-bouvier.com**



4



5

PHOTOS : GUILLAUME GRASSET - DAVID ANDRE - R. GAURY - A. BATTUT / AGENCE CAMILLE CARLIER - OPHÉLIE REVEZE



1

VAL-D'ISÈRE

Famille Mattis

Un tempérament de pionniers

Il faut remonter jusqu'à Cécile, veuve de guerre à qui l'État offre un débit de tabac qu'elle transforme en une pension de famille, pour constater à quel point le destin avalin des Mattis a traversé les générations. Une pension qui devient l'hôtel Bellevue dans les années 20. Une exploitation un peu lourde pour une femme seule, qui appelle à la rescousse son fils Roger et son épouse, alors installés à Paris. Ces derniers donnent successivement naissance à cinq garçons – Guy, Philippe, Yvon, Alain et Gérard – au sein même de l'hôtel, construisant dans la foulée un 4-étoiles devenu depuis emblématique de la station, le Tsanteleina. Si Alain en est le cuisinier, il devient très vite exploitant agricole – la Ferme de l'Adroit, une institution où l'on vient observer aujourd'hui les vaches laitières et acheter son bleu de Val-d'Isère –, tandis que Guy, l'aîné, prend la direction de l'hôtel, plus tard rejoint par ses quatre enfants, dont l'un, Renaud, a depuis repris à son compte le débit de tabac historique. Yvon, lui, investit à l'époque le Bellevue, rénové en 3-étoiles de charme il y a dix ans et rebaptisé Les 5 frères par sa fille Audrey et sa cousine Valérie. Visionnaire et entrepreneur comme ses parents, Yvon crée aussi les premiers safaris-photos. Un succès et un cercle vertueux, puisque les touristes viennent s'équiper de pied en cap chez Gérard et Philippe, tous deux moniteurs de ski (Philippe est entraîneur de l'équipe nationale d'Iran), qui ont développé en parallèle cinq magasins de sport. Des commerces gérés aujourd'hui par Géraldine, l'une des filles de Philippe, et son époux, tandis que Claudine, fille d'Alain, tient la crémerie incontournable du centre de village. Des femmes qui viennent



2

ainsi marquer, de par leur sens de l'entrepreneuriat, la fin d'une époque pour cette famille de bâtisseurs, à laquelle le grand-père n'avait imposé qu'une seule règle : *« pas de femmes dans les affaires,* confie en riant Audrey. *Il faut préciser que l'attachement à Val-d'Isère va bien au-delà des affaires,* poursuit-elle. *Guy a été maire de la station pendant plusieurs années et Gérard l'a été par intérim durant le Covid ».* Une implication plus globale et une vision patrimoniale qui ne sont pas étrangères à une certaine authenticité qu'a su préserver la station malgré un développement de plus en plus haut de gamme ces dernières années. **les5freres.com et tsanteleina.com**

1. Une chambre du 3-étoiles Les 5 frères, entièrement rénové il y a dix ans.
2. Roger et Yvonne Mattis avec leurs cinq fils, qui se sont tous épanouis à Val-d'Isère, dans l'hôtellerie, le commerce, le ski ou la vie publique.

PHOTOS : J.-P. NOISILLIER – COLLECTION PARTICULIÈRE

1. à 4. Saint-Martin-de-Belleville (4) comme Les Menuires disposent d'infrastructures de pointe adaptées à tous les skieurs.





2



3

PHOTOS : VINCENT LOTTENBERG - DAVID LOUVET - DAVID ANDRE - THIBAULT FORGET - SSP LES MENUIRES

DES MONUMENTS DU SKI ACCESSIBLES À TOUS

Que l'on soit un fanatique de poudreuse, une tribu en quête de glisse ludique ou encore un aficionado des sensations fortes, **Les Menuires** et **Saint-Martin-de-Belleville** offrent un terrain de jeux hivernal inégalé… et respectueux de l'environnement.

Au cœur d'un cadre alpin incomparable, Les 3 Vallées dévoilent sept stations de ski à flanc de montagne. De la plus discrète à la plus festive, chacune promet une ambiance singulière à découvrir au fil des saisons. Parmi elles, Les Menuires fait figure d'incontournable pour les skieurs du monde entier. Avec son architecture moderniste, cette station familiale est aussi accueillante que ludique. Autre lieu, autre ambiance : la station-village de Saint-Martin-de-Belleville est une destination alpine authentique au luxe discret. Avec ses chalets premium et ses services haut de gamme, elle offre aux vacanciers tous les atouts d'un grand domaine, en version intimiste. Deux stations de ski aux visages radicalement différents, mais où il fait bon vivre et séjourner, unis dans un même plaisir de la glisse !



4

Un territoire engagé

Les Menuires ainsi que Saint-Martin-de-Belleville s'attachent à préserver leurs ressources naturelles et la beauté de leurs paysages en soutenant des initiatives écologiques concrètes. Toilettes sèches sur les pistes, installation de 600 m² de panneaux solaires sur les remontées mécaniques, équipement de 100 % des dameuses en biocarburant : l'engagement des Menuires en faveur d'un tourisme responsable a été récompensé par l'obtention du label Flocon Vert. À Saint-Martin-de-Belleville, le nouveau centre de bien-être a également été pensé pour être en osmose avec la nature. Pari réussi : 80 % de ses besoins en chaleur sont couverts par la biomasse. Sa construction et ses équipements écoresponsables, tels que le chauffage au bois, l'isolation thermique renforcée ou le système de récupération de chaleur sur les eaux usées, sont en adéquation avec les engagements de la station, qui visent un bilan carbone le plus vertueux possible. Plaçant l'humain au centre de ses préoccupations, Les Menuires a aussi à cœur d'ouvrir ses montagnes et ses loisirs à tous. Fidèle à l'esprit de cordée qui la caractérise, elle accueille les skieurs en situation de handicap sur 98 % de ses pistes et 70 % de ses remontées mécaniques. Pour permettre aux personnes à mobilité réduite de partir à l'assaut du plus grand domaine skiable du monde, dix-sept moniteurs de ski ont été formés au handiski et au handibiathlon. Les personnes en déficience visuelle et/ou auditive peuvent aussi bénéficier de cours de ski ou de snowboard débutant. Pour favoriser l'inclusion des personnes à mobilité réduite, l'office de tourisme met à disposition des Wheelblades (des patins pour fauteuils roulants). Enfin, un guide handitourisme recense les bonnes adresses répondant aux critères d'accessibilité. Mot d'ordre de cette saison : le bien-vivre ensemble promet des expériences de ski inoubliables pour tous. ■



Millet, l'affaire est dans le sac

Passé de mains en mains du milieu des années 70 à 2021 sans perdre son aura d'expert, le fleuron français de l'alpinisme et de la montagne renoue avec sa gloire populaire et lorgne les marchés de demain.

PAR MATHIEU LE MAUX

Le 3 juin 1950, dans l'Himalaya, Maurice Herzog brandit son piolet, et le drapeau tricolore, au sommet de l'Annapurna (8091 m). L'alpiniste français devient le premier homme à poser ses crampons à cette altitude. Ce moment de gloire à la française est aussi celui de Millet, dont le sac à dos en coton *Annapurna 50*, conçu avec Louis Lachenal, membre de l'expédition, accompagne l'exploit. Le début des années 20 et le temps des premiers sacs à provisions des épiciers lyonnais Marc et Hermance Millet semblent déjà loin. Entre temps, il y a eu le retour du couple à Annecy, dans sa Savoie natale, en 1928, puis l'invention du premier sac à dos à armatures, six ans plus tard, avant que leurs fils René et Raymond rejoignent les maquisards et les fournissent en sacs à dos durant la Seconde Guerre. L'entreprise familiale de l'entre-deux-guerres, la Résistance, Herzog… Encore aujourd'hui, ce glorieux passé gaullien donne à la marque *« un cachet rassurant, patrimonial, et même franchouillard à la* OSS 117*, allié à l'indéniable modernité et à la grande technicité de ses produits »*, décrypte Mathieu Ros Medina, snowboardeur expert en matériel de montagne et testeur pour le magazine de glisse américain *Backcountry*. Himalayiste dans l'âme, Millet s'est aussi imposé dans le large spectre des disciplines et loisirs de montagne. Au point qu'à l'instar d'un ciré Guy Cotten dans le Finistère ou d'un polo Lacoste dans les Hauts-de-Seine, un sac à dos de ski, un pantalon de randonnée, des cordes d'escalade ou une polaire de trail Millet traîne forcément quelque part, au fond d'un placard, dans chaque foyer montagnard. *« Sa double particularité est d'être à la fois hyper-experte dans le domaine de l'alpinisme et très accessible au grand public, old school et avant-gardiste, capable de conserver sa clientèle familiale tout en séduisant les geeks du matos et les branchés tokyoïtes »*, poursuit Mathieu Ros Medina, en référence à la grosse cote de Millet au Japon. *« Notre vocation, c'est de faire vivre un rêve en montagne à tout un chacun et de laisser un souvenir,* résume Romain Millet, directeur général. *Du touriste coréen qui s'émerveille dans le téléphérique de l'aiguille du Midi en été à l'élite du piolet qui s'attaque à des faces nord en hiver en passant par le coureur à pied souhaitant passer de l'EcoTrail Paris à l'UTMB. »* Une « mission » qui a pourtant failli lui échapper…

Montagnes russes

Partenaire historique des plus grandes épopées en altitude (Messner sur l'Everest en 1978, les rivaux Profit et

1. et 2. Millet accompagne des expéditions sur les sommets du monde depuis les années 50.
3. La collection *MXP*, conçue pour affronter les conditions les plus extrêmes.

DATES ET CHIFFRES CLÉS

- **1921 :** naissance de la marque, dans une épicerie lyonnaise.
- **1934 :** invention du premier sac à dos à armatures.
- **1950 :** équipement de l'expédition Annapurna de Maurice Herzog.
- **1994 :** Rachat par le concurrent Lafuma.
- **2021 :** Millet Mountain Group revient dans le giron familial.
- **90 M € :** chiffre d'affaires 2023.
- **700 collaborateurs,** dont 200 dans la région d'Annecy, 200 dans les usines de Tunisie et 100 au Japon.
- **50 boutiques,** dont 30 franchises et 20 « propriétaires ».


2

Escoffier sur l'Eiger en 1987) et valeur sûre de l'alpinisme au point de fournir les plus prestigieuses compagnies de guides (Chamonix, Grindelwald et Cervino depuis 2018), l'inventrice du premier sac 100 % Nylon – le *Sherpa 50,* en 1964 – quitte le giron familial en 1974 et se lance dans la diversification de ses produits avec un coup d'éclat, la création de la première parka avec membrane en Gore-Tex (1977), et une gamme de duvets techniques. Innovante en altitude et numéro 1 de la verticalité (alpinisme, escalade), Millet reste toutefois sur les talons de son concurrent et voisin drômois Lafuma, leader sur le plus large marché des loisirs outdoor, sac à dos y compris. Le 6 février 1995, l'équipementier à la feuille de peuplier rachète Millet. *« Les deux marques étaient complémentaires avec chacune une offre globale : textile, chaussures et équipements »,* analysait l'ancien directeur général Frédéric Ducruet dans le magazine *Outdoor,* en 2020. Gourmand, le tandem s'aventure et s'impose sur de nouveaux terrains de jeu, comme le freeride ski et snow. *« Au début des années 2000, Millet est étonnamment « la » marque du freeride core, celle qu'il fallait porter pour avoir la "carte" »,* se souvient Mathieu Ros Medina. Suivant son élan, Lafuma-Millet rachète Oxbow en 2005, puis Eider en 2008. Millet s'y perd. Toujours reconnue pour son savoir-faire et son sens de l'innovation régulièrement salués dans le milieu (par l'Observatoire


3

international du design pour sa chaussure *Everest* et sa veste *ULZ Zip* en 2012, puis pour son sac à dos articulé *Ski Touring Matrix* l'année suivante), Millet s'endette au côté de son compagnon de cordée Lafuma. En 2014, le groupe suisse Calida, leader du marché de… la lingerie et no tamment propriétaire d'Aubade, prend le contrôle de 60 % du duo montagnard, puis 87 % quatre ans plus tard. Peine perdue, dans ce sac de nœuds entrepreneurial. En 2020, Millet est en perte de vitesse (– 19 % de chiffres d'affaires) quand se profile un miracle de Noël… Le 24 décembre 2021, Jean-Pierre Millet, petit-fils des fondateurs, annonce le rachat de 50 % de la marque centenaire et scelle définitivement le retour de l'entreprise dans le giron familial, quelques mois après la nomination de son neveu Romain à la direction générale. Le début d'une grande mutation – changement de logo, ouverture d'une boutique parisienne, parrainage de compétitions locales – guidée par une profonde réflexion sociologique sur « le client de demain », et la recherche d'horizons qui sont autant de nouvelles zones de chalandise. *« La montagne ne concerne plus seulement les habitués du massif alpin et les États-Unis,* explique Romain Millet. *Notre vision de long terme consiste à casser les vieilles habitudes et à s'adresser aux enfants de 10 ans comme à leurs grands-parents, aux femmes, aux personnes à mobilité réduite, aux pays asiatiques et surtout à prendre en compte la polyvalence des amateurs de montagne. Les niches monodisciplinaires n'existent quasiment plus. »* Et à surfer sur le plébiscite de la sphère fashion et le mouvement gorpcore ? Faut-il se ruer dessus façon Hoka ou s'en méfier et « subir » malgré soi cet attrait comme Arc'teryx ou La Sportiva ? Romain Millet privilégie l'option B : *« Je ne crois pas au caractère éphémère de la mode, qui ne coïncide pas avec notre réflexion pérenne. En revanche, accompagner l'usage quotidien, oui. Je souhaite voir plus de bagages à main Millet dans les aéroports à l'avenir. »* Et l'affaire, qui redresse déjà la pente, sera de nouveau dans le sac. ■

PHOTOS : ARCHIVES MILLET



Ceci n'est pas un hôtel

« Dans un voyage, ce n'est pas la destination qui compte, mais toujours le chemin parcouru… » Cet extrait de *La Fabrique de souvenirs*, de Philippe Pollet-Villard, ne peut pas sonner plus faux quand, après une demi-journée de transports, nous nous jetons de tout notre être sur le lit de la suite n° 7 d'Eriro, petit bijou sculpté dans le bois, à 1 500 mètres d'altitude dans le Tyrol autrichien. Heures d'avion, de train et de voiture sont déjà loin derrière nous…

PAR FANNY LIAUX GASQUEREL

Autant être clair d'emblée : Eriro fait partie de cette nouvelle catégorie d'hôtels pour lesquels on avale des kilomètres de péripéties sans broncher. Qu'importe la route pourvu que la destination soit exceptionnelle. Et elle l'est. Inauguré cet été, ce micro-hôtel a poussé sur les fondations d'une ancienne auberge des années 30. Dans le Tyrol, on ne délivre plus de permis de construire pour ériger de nouvelles structures. La vente de cette institution de la petite station d'Ehrwalder Alm, au pied de la Zugspitze, sommet le plus haut d'Allemagne, fut donc une aubaine pour Andreas Mader, Dominik Posch et Martin Spielmann, trois enfants du pays devenus associés. On nous incite à dormir les rideaux ouverts pour que notre rythme circadien s'adapte à celui du soleil, l'accès au wi-fi n'est donné que sur demande expresse, pour favoriser la déconnexion, et un balancier *home made* remplace la sempiternelle étiquette *« ne pas déranger/faire ma chambre »*. Dans le goût des meilleurs 5-étoiles, un cadeau nous attend en chambre : une paire de chaussettes tricotées en laine de moutons élevés au pied de l'établissement, dont la toison a été travaillée dans une manufacture de Garmisch, à trente minutes de route. Mais à la différence de cette bouteille de Veuve Clicquot que l'on s'empresse de cacher dans sa valise, *« these socks were made for walking »*. Et ce cadeau n'est pas innocent : les chaussettes aux pieds, on redécouvre le plaisir de sentir les aspérités des pierres qui pavent le foyer de l'hôtel comme le relief de la laine des moutons (encore eux !), cette fois nouée à la main à la façon de petits champignons de Paris rassemblés dans leur barquette, qui tapissent les murs et les sols des couloirs qui mènent aux chambres. Eriro est un hôtel sensible. Attention aux échardes ! *« L'hôtel est composé à 90 % de bois non traité. Il n'était pas question de le vernir ou de le laquer. Amelie, l'épouse de Dominik Posch, en charge de la décoration du lieu, souhaitait lui donner autant de caractère que possible, en n'utilisant que des matériaux bruts »*, explique Henning Schaub, le manager du lieu. 95 % de ce bois est issu du recyclage, en majeure partie de l'ancienne structure de l'hôtel et de vieilles étables de la région. Pour le reste, le pin utilisé provient des forêts voisines dont sont propriétaires les trois fondateurs. Le mobilier et les rares pièces d'art qui décorent l'hôtel – *« Amelie voulait avant tout mettre les pleins phares sur les paysages extérieurs »* – ne font pas exception, comme ces luminaires cachés dans des roches récupérées aux abords de l'hôtel, lumières d'appoint qui tombent en cascade près du lit et qu'on



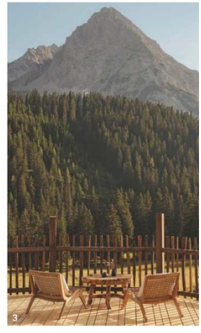
admire aussi, en version XXL, dans l'escalier. *« Tout a été pensé par Amelie et réalisé par des artisans de la région »*, souligne le directeur. Précisons que madame n'est pas architecte d'intérieur. Chapeau bas !

Se déconnecter du reste du monde

L'hôtel a hérité de sa mouture originelle la clé de sa singularité. Il n'est pourvu que de neuf suites : deux sont dotées de petits jardins, une double singeant l'idée du penthouse et toutes faisant face au massif du Wetterstein. Une approche aussi intime de l'hospitalité combinée à l'aventure qu'est le chemin pour s'y rendre (précisons ici que, dès que le domaine skiable qui l'entoure ouvre ses portes, on ne peut plus atteindre notre destination qu'en téléphérique, depuis le centre d'Ehrwald) a donné naissance à un concept où le mot luxe trouve sa définition la plus juste. Tout le monde ne pourra pas s'offrir de séjourner à Eriro – qu'importe le compte en banque (le prix d'appel pour une nuit en pension complète est de 1 500 euros) –, car le temps est la clé qui ouvre ce précieux sésame. Un minimum de trois nuits est requis pour une réservation. Le trajet pour y accéder est complexe. Les prises électriques sont bannies des têtes de lit pour inciter les smartphones à dormir loin de leurs propriétaires – et ceux-là même à se réveiller quand bon leur semble. Un dîner peut s'étaler sur une ou trois heures selon l'humeur du chef – d'un menu surprise en sept temps à un entrée-plat-dessert efficace. Il en va de même pour les sorties en montagne, selon le goût de chacun… Car c'est aussi la singularité de ses parties prenantes qui fait d'Eriro un hôtel-destination. Si Henning Schaub, souriant et rassurant avec son allure de bûcheron des villes, donne son ton au séjour en accueillant ses hôtes sur le seuil de l'hôtel, comme s'il vous accueillait chez lui, le chef David Franken assoit assurément le goût de cette expérience, unique. Formé à la rigueur d'un restaurant gastronomique français – *« j'en retiens mon sens de l'organisation quasi militaire, mais j'en rejette tout le reste »* –, il a trouvé un sens à sa cuisine à travers ses expériences à Londres, Berlin et Copenhague. *« Le gaspillage me rend littéralement malade »*, explique-t-il, ses yeux bleu azur perçants d'honnêteté. Il a sans doute tatoué sa gueule d'ange comme il parachève un plat de betteraves fermentées d'une pincée de (faux) sel : à l'instinct. Quelque peu avant-gardiste pour un public non averti, David Franken est sans doute un futur grand de la gastronomie germanique. Son sellier se visite, au sous-sol de l'hôtel, pour comprendre sa démarche, radicalement sans déchets (il va jusqu'à broyer les os des carcasses pour en tirer ce fameux ersatz de sel), locale au point d'aller frapper chez les grands-mères du village pour se ravitailler en prunes ou en pommes et d'anticiper l'hiver avec des milliers de conserves de fruits et de légumes fermentés. Les déjeuners, plus conventionnels, donnent à voir une autre facette de son talent : une approche ultracontemporaine des mets traditionnels du Tyrol, idéale avant une longue balade en montagne ou quelques heures de ski – l'hôtel est doté d'un ski-shop qui permet de partir tout équipé directement sur les pistes.

The joy of missing out…

Le spa, point final de cette destination tournée vers le bien-être, offre un panorama sans fard sur la nature. On perd la notion du temps dans cet antre minéral, sombre, doté de deux saunas (l'un, vitré, semble ne pas avoir de frontière avec l'extérieur), de trois bassins (dont l'un est inspiré de l'expérience des onsens japonais) et d'une pièce où se cache le seul écran de l'hôtel, diffusant des images de paysages du Tyrol couplées à une bande son digne de Hans Zimmer dont les fréquences sont censées réguler le système nerveux. Des massages, des cours de yoga, de méditation ou encore de poterie sont organisés chaque semaine pour occuper ceux pour qui l'art du JOMO (pour *joy of missing out*, la « joie de manquer quelque chose », la nouvelle grande tendance voyage de 2025, selon les experts) ne serait encore qu'une chimère… mais plus pour longtemps. ■



PHOTOS : ALEX MOLING

1. à 3. Eriro est un havre chaleureux composé de bois brut et non traité, face au massif du Wetterstein, dans le Tyrol autrichien.



1

Verbier, la Mecque du freeride

Dans le canton du Valais, à deux pas de la France et de l'Italie, la station de Verbier jouit, grâce à un territoire skiable sans commune mesure, d'une réputation inoxydable auprès des amateurs de freeride. Cette réalité est aussi portée par un écosystème économique bien ramifié.

PAR OLIVIER RENEAU

Rares sont les stations de ski à disposer d'un accès en transports en commun aussi efficace qu'à Verbier. Que l'on vienne de Genève ou Zurich, la plupart des trains – certains nécessitent tout de même un changement à Martigny – arrivent directement en gare du Châble (821 m), qui dispose d'un accès à la télécabine menant à Verbier (1 500 m). Ce dispositif a été mis en place en 2019, et largement optimisé à partir de 2021, dès lors que la remontée mécanique a pris le statut de transport public, avec des horaires d'ouverture quotidiens allant de 5 h 15 à 23 h 50. Même s'il n'est pas toujours évident de se déplacer à pied avec une, voire deux ou trois, paire(s) de skis et l'équipement qui va avec, ce maillage logistique est un atout de taille pour les skieurs en provenance des quatre coins du globe. Car au-delà d'avoir été distingué, à plusieurs reprises depuis 2018, meilleure station de ski du monde lors des World Ski Awards, Verbier est considéré par beaucoup comme une destination de premier rang pour la pratique du freeride.

La glisse en toute liberté

Depuis bientôt trente ans, Verbier accueille ainsi l'ultime étape du Freeride World Tour, qui de fait attire les meilleurs compétiteurs de la catégorie. Durant une petite semaine, les concurrents s'élancent depuis le Bec des Rosses pour une descente vertigineuse sous le regard souvent abasourdi d'un public posté sur le versant opposé. Cet événement est devenu tellement mythique que la station a décidé de tirer parti de cette pratique de la glisse en liberté… mais en proposant aux moins affûtés de rester dans les clous des normes de sécurité. Ainsi, le domaine dispose aujourd'hui d'une douzaine d'itinéraires hors-piste accessibles à partir du réseau de remontées mécaniques. Ces descentes, la plupart du temps identifiées sur des pentes très engagées, sont balisées et donc sécurisées, mais absolument pas préparées. Avis aux amateurs : on est ici hors catégorie – oubliez les classifications vertes, bleues, rouges et noires –, mais les émotions sont garanties ! Ce contexte si spécifique à Verbier ne fait pas qu'attirer des « praticiens », amateurs chevronnés ou athlètes de la glisse, il est devenu pour certaines entreprises un environnement particulièrement fécond pour se retrouver dans un certain état d'esprit et parfaitement en phase avec les objectifs visés. Parmi les sociétés à avoir fait ce pari d'une implantation dans la station, Faction fait figure de pionnier. Il faut redescendre au Châble pour pousser la porte du siège de cette marque de skis devenue en presque deux décennies une référence du freeride, tandis qu'au départ, elle faisait plutôt figure de rebelle voulant bousculer les normes de l'industrie du ski. *« Faction a été créée par Alex Hoye et Tony McWilliam en 2006 à la suite*



de leur rencontre à Verbier, dans un contexte où le snowboard était prédominant. Ils étaient persuadés qu'il était possible d'apporter un esprit cool, une sensation de liberté, mais aussi de l'innovation à l'univers du ski. D'où cette idée de concevoir des planches totalement orientées freeride, avec notamment ces fameuses doubles spatules qui ont forgé la devise "Nothing But Fat Twins", *qui colle si bien à Faction »,* explique Tristan Ledouble, responsable marketing de Faction. La stratégie de développement s'est aussi appuyée sur la production de films, qu'Alex Hoye, fort d'un passage chez Disney, maîtrisait parfaitement. De même, un graphisme très arty a eu son effet. Cette approche a très vite permis de fédérer la communauté naissante de freeriders, parmi laquelle des athlètes tels que Candide Thovex, Kelly Sildaru, Alex Hall… *« Faction représente bien plus que des skis performants, c'est l'esprit d'une communauté férue de montagne. D'ailleurs, on parle très souvent du Faction Collective »,* poursuit Tristan Ledouble. Depuis, Faction a décidé de rester basé à Verbier pour implanter son siège où se déroulent toutes les phases de recherche et conception, tandis que la production est réalisée en Autriche dans une usine permettant de délivrer les 30 000 à 35 000 paires annuelles, évidemment avec un regard attentif sur la durabilité des modèles. Nouveauté cette année, le lancement d'une marque de chaussures de ski baptisée Phaenom, avec pour le moment deux modèles, exclusivement en noir : *Free Style* et *Free Rando,* dont les particularités majeures sont d'être réparables et facilement recyclables.

Des projets en pleine ascencion

À quelques minutes de là, deux jeunes entrepreneurs ont, quant à eux, fait le pari de produire des skis 100 % *made in Swiss.* Fondé par Yoann Chapel et Selim Abdi, First Track Lab a pris ses quartiers dans le Valais en 2018. Au départ, il s'agissait surtout pour cette entreprise de développer un studio de prototypage pour de grandes marques, comme Decathlon, Rossignol ou encore Simply, dont la société est d'ailleurs enregistrée à Verbier. *« Puis, en 2022, des particuliers sont venus nous solliciter pour produire des skis sur mesure. Ce qui nous a poussés à réfléchir au projet d'une manufacture pouvant atteindre une capacité de 50 000 skis par an »,* explique Yoann Chapel. Le duo est actuellement en quête de levées de fonds, mais la minifactory continue de produire au rythme d'un millier de skis par an, à l'aide d'outils de production développés spécifiquement ne nécessitant que deux heures de réglage, quand l'industrie traditionnelle a besoin d'une semaine : *« Dans le projet d'usine, il suffira de 5 minutes pour modifier les réglages de fabrication d'un modèle et 45 minutes de pressage. Les skis sont réalisés avec un noyau en paulownia autour duquel vient s'agglomérer de la fibre congelée. Nous sommes l'un des seuls fabricants à utiliser cette technologie »,* se félicite Yoann Chapel. Retour au cœur de la station pour une étape chez SunGod. Cette marque de lunettes de soleil et masques de ski a été créée en 2013 par un couple, Zoé et Ali Watkiss, qui a fait le constat qu'il n'existait pas vraiment d'entre-deux qualitatif entre une paire de lunettes siglée par une griffe de luxe et un produit bon marché à la durée de vie limitée. *« C'est ainsi que SunGod a vu le jour, à la suite d'une opération de crowdfunding qui a été un succès inattendu. Très vite, la marque a connu un développement quasi viral, grâce aux athlètes devenus nos ambassadeurs, aux partenariats avec des* ▸



LE DOMAINE SKIABLE

Pièce maîtresse des 4 Vallées, Verbier se trouve au cœur du grand domaine skiable de Suisse avec 410 km de pistes desservies par 80 remontées mécaniques. Le territoire est borné par les stations de La Tzoumaz, Bruson, Nendaz, Veysonnaz et Thyon, et culmine à 3 300 m au Mont-Fort. Les 39 rouges et 10 noires, mais surtout les 11 itinéraires hors-piste balisés et donc sécurisés, offrent des possibilités quasi sans limites à tous les skieurs et snowboardeurs, de l'amateur avisé au *rider* pro. Pour ceux qui n'arriveraient pas à se décider à regagner la station, il existe une possibilité de passer la nuit au cœur du domaine, à la Cabane Mont Fort. **verbier4vallees.ch**

1. Les skis Faction sont spécialement adaptés aux terrains difficiles chers aux freeriders.
2. et 3. Les skis First Track Lab sont 100 % Swiss Made, à base de matériaux à 95 % européens.

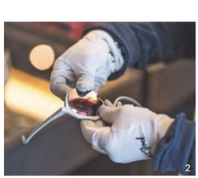
PHOTOS : FREDERIK KALBERMATTEN - LUCIA HARRISON



XTREME VERBIER 2025

Depuis 1996, Xtreme Verbier est « la » compétition emblématique de freeride qui se déroule chaque année sur la face nord du Bec des Rosses, à Verbier. À l'origine exclusivement fréquentée par les snowboardeurs, la rencontre a été ouverte aux skieurs en 2004 (en 2006 pour les skieuses). Programmée en 2025 entre le 22 et le 30 mars, cette épreuve, qui fait office de finale du Freeride World Tour, couronne les champions du monde de la discipline. Le Bec des Rosses, avec ses 3 222 m d'altitude et une pente de 50 degrés, offre un terrain de jeu extrême et technique, où seuls les meilleurs freeriders du monde ont la capacité de s'affronter. Cependant, Xtreme Verbier n'est pas seulement une compétition réservée à quelques élus, c'est une célébration de la culture freeride, ouverte à tous, qui rappelle l'importance de la sécurité et de la préparation en montagne.
freerideworldtour.com

▸ *équipes sportives, comme les anglais INEOS, pour la Coupe de l'America, ou l'écurie de F1 McLaren, et surtout grâce aux utilisateurs qui se reconnaissent dans nos valeurs et la qualité des produits »,* analyse Lucy Ross-Skinner, responsable de la communication de SunGod. En effet, la marque peut se targuer d'être aujourd'hui certifiée B Corp et 1 % for the Planet. Passionnés de ski et devenus amoureux de Verbier, où ils résident en partie depuis 2014, Zoé et Ali Watkiss ont décidé d'y installer quatre ans plus tard un camp de base. Première adresse en dehors de la capitale anglaise, l'endroit se compose d'un bureau où travaillent une demi-douzaine de personnes, mais surtout d'une boutique où l'on peut trouver toutes les références de la marque, dont les masques équipés de verres en 8KO en Nylon. Lucy Ross-Skinner poursuit : *« Verbier est un formidable terrain de jeu pour tester les produits et un lieu idéal pour réunir les équipes, pas seulement en hiver, mais aussi en été lors des compétitions sur deux-roues. »*



Quand l'équipement vient à vous

En arrivant à l'hôtel, on nous apprend que la réservation effectuée l'avant-veille a bien été livrée le matin. Dans la chambre, un sac rempli de toute la panoplie de vêtements techniques nécessaires pour affronter les deux jours de descente à venir est bien là. Si la plupart des skieurs occasionnels ou ceux qui veulent voyager léger louent leur matériel, pourquoi ne feraient-ils pas de même avec les tenues ? C'est la réflexion menée par Anders Bergenstrand et Per Berthels, très vite rejoints par Anna Smoothy, et qui ont décidé de s'installer à Verbier pour lancer Cirkel Supply. *« Nous sommes tous les trois bons skieurs, avec même en ce qui me concerne un passé de compétitrice dans le freeride. De fait, nous avons une très bonne connaissance de l'habillement nécessaire pour skier. Mais notre démarche est avant tout guidée par un projet de décarbonation. Une étude a démontré que la location, dans le cadre d'un usage occasionnel, représentait une émission de CO_2 trois fois moindre qu'un achat. Et côté tarif pour une semaine, on est sur un montant 4 à 5 fois moindre »,* explique Anna Smoothy. Deux arguments de taille d'autant que chez Cirkle, le catalogue, riche d'environ 1 000 pièces, ne propose que des marques à la qualité irréprochable, avec une livraison assurée en 24 heures dans n'importe quelle station de Suisse. *« Nous avons simplifié la logistique au maximum directement sur le lieu du séjour,* ajoute Anna Smoothy. *Il n'y a pas de dépôts de garantie, et en cas d'accrocs mineurs, il n'y a aucune retenue. La pièce sera réparée par un technicien spécialisé dans ce type de produits textiles. »* Évidemment, un freerider disposera forcément de sa tenue fétiche, mais serait bien en peine en cas de déchirure fatale. Avec Cirkel Supply, un jour de *break* et il pourra de nouveau s'engouffrer dans la poudreuse. Ces quelques rencontres confirment que Verbier est loin des clichés de la station huppée que l'on se figure parfois. Ici, aucune marque de luxe ne pavane dans les rues, l'accent est mis sur la pratique des activités outdoor, à commencer par le ski. Les entreprises qui ont choisi d'y développer leur business renforcent la solidité d'un écosystème quasi unique, qui désormais échappe aux effets de la tendance et sait rallier ceux qui voient loin devant. ■

1. Des itinéraires balisés permettent de partir à l'assaut de la montagne à skis de randonnée.
2. Dans l'usine de lunettes valaisannes SunGod.

PHOTOS : LUCIA HARRISON











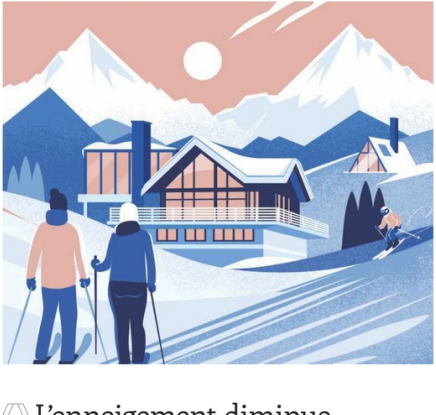


alpine
RESORTS

Votre séjour d'exception à la montagne

HÔTELS & RESORTS - RESTAURANTS - SPA

MÉRIBEL | COURCHEVEL | VAL D'ISÈRE | LES GETS
+33 (0)4 80 94 95 96 - booking@alpine-resorts.fr
www.alpine-resorts.fr



L'enneigement diminue, pas les prix de la pierre

L'arc alpin et ses stations très huppées de Courchevel, Méribel et Megève se portent bien. À l'heure où les transactions immobilières ralentissent, le très haut de gamme résiste sans peine dans cet espace qui concentre les personnes les plus fortunées de la planète. Revue des motifs de cet inlassable attrait pour les sommets.

PAR CHLOÉ CONSIGNY // ILLUSTRATIONS THREE KOMA

À Megève, il faut aujourd'hui compter entre 10 000 et 17 000 euros pour acquérir un mètre carré dans le très haut de gamme. Un chiffre qui atteint 20 000 euros à Méribel et peut grimper jusqu'à 45 000 euros dans la très huppée station de Courchevel. Avec une offre très largement inférieure à la demande et des espaces à construire extrêmement restreints, les prix flambent. Seul le milieu de gamme a connu un début d'année en repli. Les prix dans le très haut de gamme continuent de progresser. *« La valeur de ces stations est définie par leur offre ultralimitée. À Méribel, par exemple, les droits à construire sont aujourd'hui épuisés. Ces stations concentrent désormais toute la demande des pays européens »,* explique Richard Tzipine, CEO de Barnes. À Courchevel, sur les douze derniers mois, les prix ont progressé de 10 %, tandis que, dans le reste de la France, ils reculaient de 5 % dans l'ancien.

Réchauffement climatique

Les Alpes n'attirent cependant pas partout la même typologie de clientèle. Il convient ainsi de distinguer les populations purement skieuses de celles qui recherchent la qualité de vie à la montagne. *« Pour les personnes qui aiment le ski alpin, le critère numéro un reste l'enneigement. C'est la raison pour laquelle elles recherchent des stations de haute montagne, telles que Courchevel et Méribel. Celles qui privilégient davantage le lifestyle à la montagne vont, pour leur part, se concentrer sur des stations quatre saisons, à l'instar de Megève »,* analyse Olivier Roche, CEO Megève, Méribel et Courchevel de Sotheby's International Realty. Ainsi, à Courchevel, la clientèle des acquéreurs est à 80 % composée d'étrangers, tandis qu'à Méribel, la clientèle est plus familiale, avec 40 % de Français. Megève attire beaucoup de frontaliers : les Franco-Suisses représentent 60 % des acquéreurs. *« Megève est une station facilement accessible depuis Genève. En une heure de route, les frontaliers ont la possibilité de sortir de la grisaille de la ville pour retrouver les animations de Megève, ses boutiques et ses rues piétonnes »,* explique Olivier Roche. Si les skieurs sont prêts à débourser des dizaines de millions d'euros pour une résidence aux pieds des pistes, pour les adeptes du lifestyle montagne, en revanche, la fonte des neiges n'a que peu d'incidence sur le choix de leur destination. *« Il faut bien avoir à l'esprit que, durant le confinement, certaines personnes ont fait le choix de se confiner dans leur résidence secondaire à la montagne,* poursuit Olivier Roche. *Les stations étaient alors fermées. Cela a été l'occasion de découvrir une autre façon de vivre la montagne. »* Depuis lors, certains ont franchi le cap pour faire de leur résidence secondaire leur résidence principale.

Bulle fiscale

Malgré le risque d'absence de neige dans les prochaines années, l'arc alpin continue d'attirer les personnes fortunées. Pour accompagner l'évolution de la demande, les stations se réinventent et multiplient les propositions permettant une pratique sportive tout au long de l'année. Si ces acquéreurs aiment à séjourner à la montagne, ils ne sont pas pour autant opposés à générer un rendement grâce à leur bien. En France, la location en parahôtelier permet à un acquéreur d'acheter par l'intermédiaire d'une société commerciale, puis de louer le logement. Cette bulle fiscale, destinée à éviter les « lits froids »



en station, permet de récupérer la TVA et d'obtenir un taux réduit sur les frais de notaire. *« C'est un dispositif souple qui permet de récupérer 20 % du prix de vente au moment de l'acquisition. Il s'applique à toutes les clientèles, à condition de louer le logement, a minima, de sept à dix semaines par an »*, explique Olivier Roche. Si l'acquéreur récupère 100 % de la TVA au moment de l'achat, il a l'obligation de louer le bien sur une durée de vingt années. Il devra la rembourser au prorata des années non louées, le cas échéant. *« Aujourd'hui, nous constatons qu'un acquéreur sur deux opte pour cette solution. Ce dispositif s'applique aux logements neufs, mais également aux logements qui étaient déjà en parahôtelier. Dans ce cas, le nouvel acquéreur peut poursuivre le dispositif »*, détaille Olivier Roche. Pour un chalet ultraluxueux de 600 mètres carrés, le prix de la location peut s'établir à 300 000 euros par semaine en haute saison. Le retour sur investissement moyen se situe entre 2,5 et 3 %, dégagé des frais de service. Pour les biens les plus optimisés, les rendements peuvent atteindre 5 % annuels. Un dispositif qui attire les acquéreurs côté français, au détriment de la Suisse voisine, qui non seulement n'a pas mis en place d'incitation fiscale, mais en plus a instauré des restrictions d'achats à l'encontre des non-résidents. ■

LE POUVOIR DISTINCTIF DES STATIONS DE HAUTE MONTAGNE

À l'instar du golf et de l'équitation, les activités de haute montagne contiennent une dimension de distinction sociale. Explications avec Olivier Hoibian, historien et sociologue, membre du laboratoire Framespa et enseignant chercheur à l'université Toulouse-II.

À quel moment la montagne est-elle devenue le refuge des personnes fortunées ?
Pour les populations locales, la très haute montagne a longtemps été perçue comme un espace maléfique, siège des fées et des démons. Les voyageurs, notamment les aristocrates anglais, lors de leur Grand Tour, les traversaient avec effroi. À partir de la révolution des Lumières, le regard change, la nature devient sublime et est réputée pour ses effets bénéfiques sur la santé. Au début du XIXe siècle, avec l'invention de l'alpinisme et des excursions, les vallées des Alpes et des Pyrénées deviennent des lieux de villégiature pour l'aristocratie européenne.
Quelles sont les valeurs véhiculées par la pratique du ski alpin ?
La frange la plus diplômée de la population, issue de la méritocratie scolaire, affectionne davantage la montagne l'été avec la randonnée ou l'alpinisme et l'hiver avec le ski de randonnée, le ski nordique ou la raquette à neige. Elle associe ces activités à ses propres valeurs, caractérisées par « un ascétisme électif et naturaliste ». C'est alors un espace qui se mérite, car il requiert une sensibilité à l'esthétique des paysages, mais aussi le goût de l'effort dans un environnement présentant certains risques. Ces pratiques s'opposent à celles du téléphérique et des stations de ski haut de gamme avec leurs prestations coûteuses, très prisées des plus fortunés. Dans ce cas, les valeurs mises en avant sont davantage une forme « d'hédonisme et de consumérisme ostentatoire ». Avec la diminution de l'enneigement liée au réchauffement climatique, le pouvoir distinctif des stations de haute altitude va encore se renforcer pour devenir des espaces où il faudra être vu pour marquer son appartenance au monde des privilégiés.



Steirereck, la ferme-auberge qui réveille les sens

Une saga autrichienne. L'histoire d'une famille, d'une cuisine – et de tout un pays avec. Méfions-nous des atlas gastronomiques, de leur tendance à simplifier. Le Steirereck de Birgit et Heinz Reitbauer, bien plus qu'une prestigieuse adresse, est un restaurant hors pair et un emblème depuis 2005 du nouveau courant culinaire viennois.

PAR ANDREA PETRINI // PHOTOS ELEONORA BOSCARELLI

Petit précis à l'usage des non-germanophones : Steirereck vient de la contraction de Steiermark (Styrie, en français), et Eck (coin, angle). Steirereck, un coin de Styrie, donc, à Vienne. Drôle d'enseigne pour une adresse phare de la scène européenne, avec sa cuisine d'auteur à mesure humaine. Et qui se voit en ambassade d'une région, là où tout a commencé. *« Ma famille vient de Pogusch, un minuscule village styrien de moyenne montagne. Un coin de paradis immergé dans la nature de la vallée de Mürztal, à une heure et demie à peine en voiture de Vienne. Mes parents, restaurateurs, ont été les initiateurs du Steirereck à Vienne. Ils en ont fait une table de renom, qui s'est frayé un chemin parmi les restaurants de bon ton de l'époque. Évidemment, il faut contextualiser, on parle d'un temps où l'Autriche ne faisait pas encore partie de la Communauté européenne, on sortait d'une léthargie culinaire qui nous collait à la peau. L'influence de la cuisine française était écrasante. On avait une certaine idée, aujourd'hui surannée, de l'opulence, foie gras et homard à toutes les sauces, et on fonctionnait par mimétisme avec les codes importés de l'après-nouvelle cuisine. À 20 ans, j'ai eu la chance unique de travailler pendant plusieurs mois chez l'immense Alain Chapel, à Mionnay, peu avant sa disparition, et ça a changé ma vie »,* se souvient Heinz Reitbauer. L'histoire n'est jamais un long fleuve tranquille. De retour au pays, pendant que ses parents menaient avec succès le Steirereck à Vienne, c'est à Pogusch que Heinz Reitbauer prend ses quartiers. Animant dès 1996 la cuisine d'une auberge acquise par ses parents en prévision de leur retour dans leur région natale. Mais ce qui ne devait être qu'une occupation temporaire finit par s'éterniser pendant quatorze longues années. *« Le plan initial, c'était que, à l'occasion du déménagement du Steirereck dans le Stadtpark, mes parents s'installent à*

1. 2. et 4. Steirereck propose des hébergements uniques dans la forêt autrichienne et une cuisine basée sur les ressources de la ferme.
3. Heinz et Birgit Reitbauer, à Pogusch.

Pogusch pour s'occuper de l'auberge. Et moi du grand restaurant de Vienne. J'étais prêt à partager le piano de la nouvelle maison avec notre chef historique qui, avec nous depuis deux décennies, était presque devenu un membre de la famille. Avec Birgit, on souhaitait faire du Steirereck quelque chose de plus actuel. Un reflet de nos identités. Après Chapel, à Pogusch, j'avais enfin saisi qu'il fallait cuisinier les produits de son territoire, se construire un lexique personnel. À quoi bon préparer du turbot ou du saint-pierre comme si Vienne était en bord de mer ? Le jour où j'ai tranché pour un recentrage strictement local, la préférence s'est portée sur des poissons dits freshwater fish *– carpes, truites et écrevisses de nos lacs et rivières plutôt que les soles et langoustines, qui seules avaient leurs lettres de noblesse dans les restaurants gastro de l'époque. Notre chef nous a pris pour des malades. Filer de la carpe ou du cochon de nos montagnes plutôt que de l'agneau de Nouvelle-Zélande à la très bourgeoise clientèle de Vienne ? Du n'importe quoi, du jamais vu. Il a tellement eu peur pour sa réputation, pour son étoile Michelin, une raison de vivre pour lui, qu'il a préféré rendre son tablier. Et donner sa démission. On s'est donc retrouvés à la tête de deux établissements. À faire le grand écart entre deux réalités éloignées qui devaient, pour Birgit et moi, devenir de vrais vases communicants. »*





3



4

Destination Pogusch

Ah ! les Reitbauer : pas besoin d'Air-Tag pour les traquer. Fidèles aux commandes viennoises du lundi au vendredi, dès la fin du dernier service de la semaine *(« on est toujours fermés le week-end »)*, on peut les localiser, dans le calme de la nuit, aux premières heures du samedi, au volant de leur voiture. Destination les hautes collines de Pogusch et leur ferme-auberge unique au monde. Un hameau de bien-être ▸



▸ et de communion avec la nature. Tout autour du restaurant, bâtisse historique siégeant telle une matrone architecturale *(« les fondations remontent à l'année 1616, c'est carrément marqué sur le mur de l'entrée »)*, les Reitbauer ont disséminé, dans un respect de l'écosystème qui force l'admiration, une constellation de chalets, appartements et *tree houses* avant-gardistes. Tout le long du chemin qui arpente la colline, les magnifiques *Vogelhaus*, villas avec une vue à couper le souffle, même depuis le sauna, chacune baptisée d'après le nom d'un oiseau (Specht, Gimpel, Uhu et Kuckuck). Puis, protégées du regard à l'abri d'arbres centenaires, les *Baumhäuser*. On rêve : quatre maisons dans les arbres en écorce rouge, excroissances verticales tout confort sur trois étages, couronnées par une majestueuse fenêtre ronde à hauteur de vol d'oiseau. Des habitacles high-tech, des ovnis au design intérieur d'une pureté nippone, pour des nuits d'absolue zénitude. *« Pour nous, rien ne serait possible sans ce Q.G. en Styrie,* explique Birgit Reitbauer. *Plus encore qu'une structure hôtelière, Pogusch est un lieu que l'on veut ouvert à tous. Que ce soit pour dormir ou pour manger. Au bout de bientôt vingt-cinq ans de petits et gros changements organiques au jour le jour, le projet n'est pas totalement terminé, mais on s'approche du lieu de vie dont on a toujours rêvé. Nous sommes une vraie ferme-auberge : avec nos jardins potagers, des arbres fruitiers, un élevage de volailles, cochons et agneaux, nous sommes quasiment autonomes. Ce qui ne veut pas dire autarciques. Philosophiquement, on voudrait accueillir ici non pas seulement un public fidèle – la clientèle de notre restaurant viennois en fait évidemment partie –, mais des clients différents. Des familles, des couples plus ou moins aisés en escapade romantique, mais aussi des jeunes, des amoureux de la nature, des randonneurs avec leur sac à dos, qui n'ont peut-être pas plusieurs centaines d'euros à dépenser dans une chambre au vert. On entre dans la cinquantaine avec Heinz, mais on se souvient bien de nos années de jeunesse, quand, avec nos enfants Charlotte et Lorenz encore en bas âge, pour nos vacances à budget restreint, on devait s'accommoder de petits hôtels sans âme. »*

Invitation à la découverte

On pourrait s'amuser à recenser les Autrichiens, Allemands, Italiens, Anglais et même les Américains croisés dans ce haut lieu styrien. Des jeunes trentenaires ou pas tout à fait, des couples mixtes ou non, des groupes de copains et de copines, et même d'heureux retraités, profitant tous du prix d'appel, invitation à la découverte de Pogusch. Un manifeste d'intentions qui vaut plus que n'importe quelle sorte de storytelling sur la durabilité et l'inclusivité. Connaissez-vous d'autres maisons de ce standing qui proposent des nuits douillettes pour 98 euros, sauna compris ? Bien plus dépaysante que la *Night at the Museum* avec Ben Stiller, offrez-vous une nuit dans la *Glashaus* des Reitbauer. Une énorme serre alpine sous verre, tout en transparence et reflets de lumière, qui laisse pantois. *« Heinz est un amoureux de la nature,* raconte Birgit. *Dès qu'il arrive à Pogusch, il part à la cueillette des champignons – cèpes, morilles, trompettes-de-la-mort, parmi plein d'autres variétés endogènes –, qui ressemble à une pêche miraculeuse. Les herbes alpines font évidemment partie, selon la saison, de la tradition de la cuisine populaire styrienne. Mais pour toutes les plantes, les herbes exotiques et certains fruits et agrumes – on a même des papayes ! –, nous avons fait construire deux énormes serres en verre.*



L'une rattachée au restaurant, pour que les cuisiniers puissent aller se servir des plantes dont ils ont besoin, et l'autre, à 300 mètres de celui-ci. » C'est ici que l'on pourra passer une ou plusieurs nuits. Ouvre-toi, sésame : une clé magnétique donne accès à l'imposante structure lumineuse en apesanteur, à droite l'espace privé où stocker ses valises et autres affaires encombrantes. Puis, réparties sur trois étages, une dizaine de chambrettes, plus cosy que spartiates, au milieu des plantes. Douches et sauna sont en commun – on est inclusif ou on ne l'est pas –, ainsi que le



1. Le chef Manuel Weissenböck aux fourneaux.
2. 3. 4. et 7. Les assiettes sont l'expression de la nature environnante, entre cueillette miraculeuse et culture de proximité.
5. et 6. La ferme-auberge cultive aussi l'art de l'hospitalité et du confort.

lounge/salon, avec vue sur la nature, et sa cheminée toujours allumée, où socialiser en sirotant du thé ou du café mis gracieusement à disposition.

L'aventure *Glashaus*

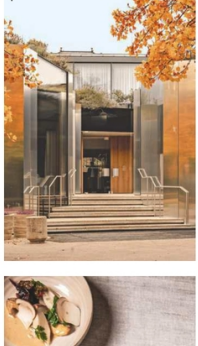
« *Pour mieux s'oxygéner et profiter de l'ambiance de la* Glashaus, *certains hôtes ne ferment même pas la porte de leur chambre la nuit* », s'amuse Birgit. Ça s'explique : écolodge à la portée de tous, la *Glashaus* « *attire une clientèle plus jeune, plus aventureuse. Plus curieuse aussi. À tous ceux qui le souhaitent, nous offrons sur inscription la possibilité de venir travailler en cuisine avec nous. Pas seulement pour partager, entre 10 heures et 16 heures, nos tâches de mise en place – que sais-je, la préparation des légumes, le moulage des chocolats et d'autres choses encore, ainsi que le repas pour le personnel –, mais pour avoir aussi accès aux coulisses de notre restaurant. Pour mieux comprendre, de l'intérieur, son fonctionnement. À tous ceux qui nous rejoignent quelques heures en cuisine, nous offrons une réduction de 50 % sur le prix de la chambre. Ce qui revient donc à 49 euros pour deux personnes.* » Qui dit mieux ? Pourtant, à Pogusch, il n'est pas franchement indispensable de travailler plus pour dépenser plus. Les prix y sont en dessous de l'inflation ambiante (« *on veut être un restaurant accessible au plus grand nombre* »), les vins, petits ou grands, sont toujours modérément tarifés. Et, bonne nouvelle, officiellement il n'y a même plus de sommelier. « *C'est une vieille tradition familiale qui remonte* ▸


4


5


6











1. à 4. La déco comme la cuisine de Steirereck marient tradition styrienne et modernité.

▸ *à l'époque où tous les copains de mon père, trop affairé pendant le service pour s'occuper d'eux, allaient directement piocher dans la cave les vins de leur choix. C'est pareil aujourd'hui, du* Do-it-yourself *comme on dit : nos hôtes font un tour dans la cave pour choisir parmi les rayonnages les vins qui leur conviennent. Et les apporter sur table. Évidemment, s'ils ont besoin de conseils pour départager l'une ou l'autre des bouteilles. On est là pour ça »,* s'amuse le grand chef.

Au menu, *carpe diem*

Les Reitbauer sont toujours dans les starting-blocks, Birgit à l'accueil, Heinz jonglant entre *foraging* et fourneaux. À l'image du restaurant qui carbure, du petit-déjeuner à l'après-dîner, sans transition, à longueur de journée. On sourit des premiers affamés s'accoudant, dans la salle cossue style *Weinstube,* dès 11 heures pétantes du matin. Alors que d'autres se pointent au comptoir du chef, pour déjeuner au retour d'une randonnée, à 15 heures passées. Évidemment, on ne cherchera pas à Pogusch la même cuisine moderniste qu'on pratique à Vienne. Pas de Caviar et lentilles au romarin alpin, en crème de champignons et extraction de jambon au vinaigre de banane et de ciboulette. Ni de Carpe rôtie-confite, sel de groseille et puntarelle, à l'huile d'anis et d'hysope. Ou l'Épaule de chevreuil à l'argousier, cèpes et pruneaux, qui fait la légende, parmi d'autres créations de saison, de la carte d'automne dans la capitale. *« On vient à Pogusch pour se dépayser, s'amuser. La liberté prime, le choix est à la carte ou au menu. Mis à part les grands classiques intemporels, les plats changent quasiment tous les jours. Le mercredi on met en avant une cuisine végétale, le jeudi, les abats tout frais de la journée venant de notre abattoir, ici, à la ferme. Le vendredi, c'est poisson alpin et le samedi, agneau »,* décline Heinz. Si la *Weinstube* se la joue tradi de haute volée à prix bistro – Farci de courge et velouté aux piments, Tartelette de sarrasin à la sauce de pommes fermentées, brocoli et noisettes, Saucisses de boudin et la meilleure Terrine croustifondante de rognons du pays –, le comptoir sur la cuisine ouverte autour de la cheminée pousse la créativité bien plus loin. *« Ok, il nous arrive même d'utiliser des pincettes »,* concède Heinz. Nul ne lui en tiendra rigueur. Car il réinvente à l'évidence, avec son chef Manuel Weissenböck, la cuisine styrienne contemporaine, locavore en diable. Tel le Shabu-shabu de truite saumonée et sa crème de patates douces au paprika fumé, cimes de rave à l'huile de colza, les Popeye Rolls aux épinards et à l'estragon ou la Carpe au barbecue en poudre de câpres, purée de maïs, tapenade d'oignons rôtis et ail fermenté – tous à se damner. Comme L'oie rôtie, chef-d'œuvre ultime. Une cuisine à convergences parallèles, les pieds dans la tradition, mais la tête déjà ailleurs. *« Ah ! l'ailleurs*, reprend Birgit, *les jeunes qui travaillent chez nous, une fois ici, de l'ailleurs n'en ont plus cure : plus personne ne veut partir. »* Signe que Pogusch, avec son charme *off* piste de (mi)montagne magique, marque les esprits. Et cela des deux côtés, clients et cuisiniers. Tel un inconscient collectif, il incarne ce vieux rêve d'un havre de paix loin du brouhaha du monde. D'une cuisine en phase avec la respiration naturelle de son habitat. Si ce n'est pas la nouvelle ferme-auberge du millénaire qui vient, ça y ressemble de près. ■


Annecy
Chamonix
Combloux
La Clusaz
Val d'Isère
• Megève
Estérel
Riviera
Creator of exceptional stays
www.blue-estate-agency.com
© Gaspard Taugis

L'esprit de la montagne là où vous ne l'auriez jamais imaginé

La montagne a ceci d'exceptionnel : elle permet de voir et de rêver en grand. Dans ses paysages de sucre glacé, la pensée s'élève et le corps se réveille. Les reliefs invitent à relativiser. On se sent si petit face à leur grandeur ! Les soucis, qui embrumaient l'esprit, disparaissent comme par magie. C'est le pouvoir régénérant de la nature. Oublier, respirer, vivre enfin. Alors vient parfois l'envie d'un ailleurs. Planter ses skis dans une autre poudreuse, pousser en raquettes jusqu'aux confins des mondes ou, tout simplement, se poser dans un lieu entouré de blanc pour laver ses idées. Nous avons sélectionné sept lieux pour appréhender le froid et la glisse dans des topographies immaculées : paysages de haute montagne, îles lointaines, toundra et chemins plats.

PAR BÉRÉNICE DEBRAS





PHOTO: COURTESY OF ÍSLENSK FJALLAMIÐSTÖÐ

1. Highland Base Kerlingarfjöll *(voir p. 158)*.



SUÈDE

Arctic Bath

Est-ce un jeu de mikado géant sur l'eau ? De loin, cet hôtel en a tout l'air. Il évoque les troncs d'arbres transportés autrefois au fil des flots sur la rivière Lule et ses affluents suédois. Le courant provoquait d'étranges formations de forêts emmêlées et en mouvement. Ce spectacle était fréquent jusque dans les années 60. Les architectes Johan Kauppi et Bertil Harström se sont inspirés de ces images et ont dessiné un cocon flottant. Il abrite la réception, le restaurant, le spa et sa « piscine » naturelle au centre, directement dans la rivière. Il offre une expérience unique : plonger dans l'eau glaciale après l'incontournable sauna. Douze cabines sont réparties de part et d'autre, sur l'eau, au bout d'une passerelle en bois, et sur pilotis sur terre. Les intérieurs laissent pénétrer la nature dans les chambres, par la vue, mais aussi par la décoration, où le bois reste roi. Le soir, on dîne sur place. Le menu unique propose du fait-maison, des produits locaux et durables. En hiver, au sud du cercle arctique, dans la région de Norrbotten, la nuit s'étire longuement et le soleil paresse sous la couette épaisse de la neige. Cela n'empêche pas les nombreuses activités. L'hôtel organise des sorties en motoneige, et notamment dans la nuit noire, pour apercevoir, avec un peu de chance, des aurores boréales. D'autres prestataires proposent une rencontre avec des Samis, de la pêche sur glace, des randonnées en raquettes, du ski de randonnée nordique, des balades en chien de traîneau... Reste la station de ski Storklinten à moins de 20 minutes en voiture – location de matériel sur place. L'hôtel, membre de Small Luxury Hotels of the World, est à 1 h 15 de route de l'aéroport de Luleå – les transferts peuvent être organisés par l'établissement.

arcticbath.se





PHOTOS : ARTIC BATH ALEX AND JAMES / ISDP - FOREST LODGE / ISDP

FINLANDE

Invisible Forest Lodge

Ouvrir une porte et disparaître, se fondre dans la nature… En Laponie, Invisible Forest Lodge donne cette impression étrange d'entrer dans un autre monde. Ses 13 cabanes, habillées de façades en miroirs, reflètent la forêt blanche des alentours. Laquelle s'invite dans les intérieurs à la faveur de larges baies vitrées. Ouvert en décembre 2023, l'ensemble a été pensé par l'architecte Milla Salonius (DecoDesign). Chaque cabine a son sauna privé, son jacuzzi et sa cuisine. Plus classique, la Cozy Log Cabin est une cabane en rondins de pin assemblés manuellement. Elle peut accueillir jusqu'à quatre personnes autour d'une cuisine équipée et d'un jacuzzi. Reste la Luxury Log Villa, à la hauteur de plafond tutoyant les 6 mètres, pour huit personnes. Cet hiver, l'établissement ouvre enfin son restaurant au menu local et international. Il regarde sur l'extérieur. Le bois prédomine, mais il s'y brûle aussi dans la cheminée moderne. Enfin, Invisible Forest Lodge a ouvert un nouveau spa. Côté activités, l'établissement propose sept huttes flottantes qui, l'hiver, se transforment en points d'observation pour les aurores boréales. Détail d'importance : elles sont toutes chauffées ! L'hôtel est à 10 minutes en voiture de Rovaniemi, célèbre pour abriter le village « officiel » du Père Noël. Disons-le clairement : c'est touristique, mais les enfants adorent. Ils crient de joie (les adultes aussi) lors d'une balade en chiens de traîneau (choisir, si possible, une entreprise avec une certification Sustainable Travel Finland, comme Hetta Huskies ou Bearhill Husky). Que faire d'autre ? Du ski, sans promesse folle de verticalité, à Ounasvaara Ski Resort, à 7 kilomètres de l'hôtel. Au programme encore, des sorties en motoneige électrique, des safaris de rennes rythmés par des gorgées de « glögi », le traditionnel vin chaud de Noël aux épices. Les propriétaires du lodge



détenant l'entreprise Polar Explorer Icebreaker, ils proposent une sortie à bord de leur bateau dans l'Arctique. Cerise sur le gâteau : on peut tenter de nager dans l'eau en combinaison. Compter plus de deux heures de route (aller) pour s'y rendre. De quoi largement frissonner et se réchauffer au retour. **invisibleforestlodge.com**



ISLANDE

Highland Base Kerlingarfjöll

Les paysages cabossés de la chaîne de montagnes Kerlingarfjöll, dans le centre de l'Islande, font penser à la frontière du bout du monde. C'est là, à 700 mètres d'altitude, dans la vallée d'Ásgarður, que l'hôtel Highland Base Kerlingarfjöll a ouvert ses portes en 2023. Il fait face à cet environnement follement hostile à la beauté à couper le souffle. Le lieu se mérite. À 200 kilomètres de Reykjavik, le trajet en 4x4 peut durer entre quatre et six heures en hiver selon les conditions météo. Les transferts, organisés par l'hôtel, font partie de l'aventure. On traverse alors le grand blanc saupoudré de glace ici et là. Plus on avance, plus le « vide » s'installe, jusqu'à la chaîne de montagnes, réserve de nature protégée de 150 km² depuis 2020. Sa virginité rappelle les premières explorations des lieux dans les années 30. Dans le lobby de l'hôtel, un conteur relate l'histoire de ces sommets, la création de l'école de ski et d'un hôtel transformé, plus tard, en l'établissement Kerlingarfjöll Mountain Resort, qui opéra de 2000 à 2020. La nouvelle « Base » a gardé le bâtiment d'origine et ajouté une aile. Il abrite 20 chambres d'*hostel* (pour deux adultes ou deux adultes et deux enfants) équipées de salles de bains privées, 28 chambres et suites, d'hôtel cette fois, et enfin 6 lodges privés et 7 huttes (pour l'été). Les chambres sont reliées par un tunnel menant au restaurant et aux bains géothermiques en plein air. L'hôtel, construit selon la certification BREEAM (méthode d'évaluation de l'impact environnemental d'un bâtiment), est une oasis de confort pour différents budgets. Matériaux durables, lignes claires et pures, tons sourds… Tout ici est fait pour sublimer la nature. On goûte alors à l'aventure authentique du ski d'octobre à juillet : pas de remontées mécaniques, mais l'effort de la grimpe. Il y en a pour tous les goûts et toutes les jambes : du ski nordique au *backcountry* (ski en zones reculées) avec un gain d'altitude de 500 à 1 000 mètres, sur trois à douze kilomètres. Enfin, une sortie en motoneige permet de gravir le mont Fannborg et de glisser sur les plaines glacées jusqu'au glacier Hofsjökull. La nuit arrive vite – c'est à se demander si elle se termine –, mais le dîner est réconfortant. Il sera temps ensuite d'admirer la nuit cristalline. Dans cet espace reculé, la pollution lumineuse est si faible que le ciel est d'une rare clarté. Un immense téléscope permet d'observer la voûte céleste.
highlandbase.is



PHOTOS : COURTESY OF HIGHLAND BASE KERLINGARUDJLL - SDP

GÉORGIE

Rooms Hotel Kazbegi

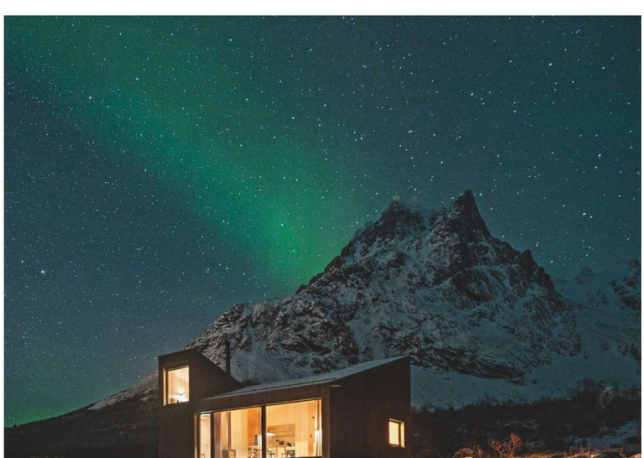
Non, il ne s'agit pas de l'un des États d'Amérique ! La Géorgie, ancienne république de l'URSS, se trouve au bord de la mer Noire, coincée entre la Russie et la Turquie. Elle déroule des paysages côtiers façon Riviera de l'Est et des sommets de montagnes qui n'ont rien à envier à ceux des Alpes. C'est dans le Caucase que se hisse le Mont Kazbek, haut de 5 047 mètres, que l'on aperçoit depuis les fenêtres du Rooms Hotel Kazbegi. À l'époque communiste, son bâtiment accueillait les « bons » travailleurs et sportifs. Un hôtelier visionnaire le transforma en un curieux refuge, en 2012. Dès son ouverture, l'hôtel rejoint le réseau, alors très fermé, Design Hotels. Il est décoré par le duo de designers, devenu très en vue depuis, Rooms Studio. Nata Janberidze et Keti Toloraia ont joué avec la structure brutaliste d'origine en ajoutant des touches contemporaines. Aux murs, d'anciennes affiches de films géorgiens que l'on regarde depuis de grands et confortables canapés. L'hôtel compte une longue piscine et un restaurant-bar où goûter à un excellent *khatchapouri*, une spécialité géorgienne. Partout, on sent la montagne respirer à travers le métal, les grandes baies vitrées et le bois. Au loin se dessinent les silhouettes des coupoles de l'église de la Trinité de Guerguéti. Il faudra y aller, même par une tempête de neige, pour assister à une messe aux bougies dans les chants géorgiens. L'hôtel est à une grosse trentaine de minutes en voiture des télésièges de la station de ski Gudauri à 2 196 mètres d'altitude. Elle compte sept remontées mécaniques. Les équipements se louent sur place. On y pratique aussi de l'héliski. L'hôtel n'est pas facile d'accès. Il faut compter quatre heures de route depuis Tbilissi – des transferts sont organisés. La route, cependant, fait partie du voyage. La vue des montagnes vaut tous les virages, ainsi que le monument à l'amitié russo-géorgienne, impressionnant héritage soviétique, tout en mosaïques, qui donne à réfléchir… Une fois à Tbilissi, en profiter pour visiter la capitale et dormir (encore !) dans un Rooms Hotel. Avec un peu plus de temps, certains pourront continuer l'expérience des montagnes à Bakuriani, une station familiale où le Rooms Hotel Kokhta est au pied des pistes. À moins de préférer les autres stations, Mestia, Goderdzi, Tetnuldi ou Hatsvali. Dépaysement garanti. **roomshotels.com**



ITALIE

Bühelwirt Biohotel

Moins de paillettes et de glamour, plus d'aventures en plein air et de moments précieux. C'est le concept même de ce 3-étoiles du Sud-Tyrol très engagé dans la durabilité et la protection de l'environnement. Situé dans le village Sankt Jakob, au cœur de Valle Aurina (Ahrntal), ce chalet familial fut créé par deux sœurs, en 1910, qui y ouvrirent une auberge. Michaela, l'une de leurs descendantes, et son mari, Matthias Haller, en ont repris les clés et ont agrandi les lieux. Moderne et anguleuse, l'extension à la façade en bois noir joue avec les traditions locales du Tyrol. Elle est signée par les architectes Alexander et Armin Pedevilla. Les deux bâtiments abritent 44 chambres, suites et lofts en bois, décorés de produits naturels venant principalement de la région. Michaela et Matthias mettent un point d'honneur à limiter leur empreinte carbone – de la déco jusqu'à la table. Ainsi, le chef Michi Moser travaille des produits de la région – certains visibles depuis les fenêtres ! – et met en avant la tradition culinaire du Sud-Tyrol. Quant à l'électricité, elle est verte. Bühelwirt, membre du réseau The Aficionados, est un excellent point de départ pour les balades en raquettes ou à skis *cross-country*. La région d'Aurina est membre de l'association Dolomiti NordicSki, dont l'hôtel est partenaire. Parmi les nombreux chemins, celui de Casere (Kasern) est l'un des plus connus avec sa boucle de 10 kilomètres. Et côté glisse ? Il y a, non loin, les domaines skiables de Klausberg et Speikboden qui forment le Skiworld Ahrntal avec Rio Bianco (Weissenbach) et Riva di Tures (Rein in Taufers). Avec un passe unique, on peut dévaler 73 kilomètres de pistes entre 950 et 2 510 mètres d'altitude. L'enneigement est garanti grâce aux canons à neige. Enfin, à une trentaine de kilomètres de l'hôtel, se trouve le plus grand domaine skiable du Sud-Tyrol, Plan de Corones (Kronplatz), avec 116 kilomètres de pistes et 32 télécabines. Il est couronné par l'une des six adresses du Messner Mountain Museum. (MMM). À 2 275 mètres d'altitude, le MMM Corones est consacré à la discipline suprême de l'alpinisme dans une architecture signée Zaha Hadid. À voir aussi sur les hauteurs, Lumen, le musée de photographie de montagne et son restaurant AlpINN, sur pilotis et comme suspendu dans les airs. L'hôtel Bühelwirt, un brin à l'écart, offre une belle combinaison de nature et de culture. Il est situé à 1 h 45 de route de l'aéroport de Bolzano. **buehelwirt.com**



PHOTOS : BUREAU ABENTEUER - PAUL SEBESTA

NORVÈGE

Aurora Cabin et Nusfjord

Les deux frères Laugsch, basés à Berlin, ont fondé Welcome Beyond, une plate-forme de réservation de petits hôtels et de maisons de vacances, en Europe et au-delà, rigoureusement sélectionnés. Chaque adresse, exclusive, diffuse la passion du design et de l'architecture de leurs propriétaires. Si l'ultrachic côtoie la singularité et parfois même le rustique, tous les lieux distillent une atmosphère spéciale. À l'extrême nord de la Norvège, sur les îles Lofoten, Welcome Beyond propose Aurora Cabin, ouvert en 2023. À 20 minutes en voiture des boutiques et restaurants de la petite ville de Svolvær, la cabane regarde les flots et les paysages dramatiques des montagnes. On est aussitôt plongé dans les éléments. Les propriétaires voulaient un espace design où la nature entre pleinement à l'intérieur, jusqu'aux lueurs des aurores boréales. La maison (avec cuisine équipée) et le mobilier ont été réalisés de façon artisanale en bois non traité. C'est simple et sans chichi. La maison abrite deux chambres et peut accueillir jusqu'à six personnes. Un chemin passant juste devant la porte invite aux balades à pied ou en raquettes. Il mène au sommet le plus haut des Lofoten, Higravstinden (1 146 mètres d'altitude), sur l'île d'Austvågøya, à près de 4 kilomètres de là. Skier ici est unique et grisant : les sommets poudrés, balayés par le vol royal des aigles, se jettent dans l'océan. Bon à savoir : la saison de ski s'étend de fin février à fin avril et l'équipement peut se louer à Svolvær. La plupart des sommets sont autour de 700 à 800 mètres, ce qui permet d'en faire plusieurs par jour. Un guide de montagne est vivement recommandé. Autres expériences à envisager depuis Svolvær : le kayak d'hiver ou un safari sur l'eau pour observer les aigles. On peut aussi aller plus loin encore – après tout, on est au bout des océans ! Sur l'île de Flakstadøy, plus au sud, le village de pêcheurs de Nusfjord vient de se transformer depuis septembre, en un resort singulier : 25 cabanes de pêcheurs, les *rorbu,* ont été rénovées pour accueillir des hôtes dans le plus grand confort. Elles sont si cosy qu'on aura du mal à les quitter. Sauf pour aller dans l'un des restaurants du village ou pour suivre l'une des nombreuses activités proposées : kayak, chasse aux aurores boréales en bateau et surf, de septembre à avril. Là encore, sous la neige, c'est une sacrée expérience…

welcomebeyond.com
nusfjord.com



CANADA

Club Med Québec-Charlevoix

Et en bas coule le majestueux fleuve Saint-Laurent ! Quand il n'est pas gelé… Ouvert en 2021, le Club Med Québec-Charlevoix regarde les flots depuis les hauteurs de la région magnétique de Charlevoix, au Canada. Il flotte ici une énergie singulière issue de la mémoire des paysages. Il y a 400 millions d'années, l'impact d'une météorite en sculptait les reliefs. Aujourd'hui, elle compte notamment trois parcs nationaux et le fameux fjord du Saguenay, sur une ancienne vallée glaciaire envahie par les eaux. Situé au nord de la ville de Québec et à 1 h 30 de son aéroport, le resort de montagne a été dessiné par le cabinet d'architecture et de design Québécois LemayMichaud. Les courbes du bâtiment suivent celles du terrain pour se fondre dans la nature. Les 302 chambres, dont 25 suites Exclusive Collection, reflètent les couleurs contrastées des saisons et de la culture locale. Rouge carmin, jaune moutarde, brun profond, orange soyeux… Ici un attrape-rêve au-dessus du lit, là des pagaies au mur. Présents aussi, le bois blond et le cuir travaillés selon le savoir-faire artisanal. Lesprit du Québec se devine dans la silhouette de la forêt boréale au mur, dans la réinterprétation des portes traditionnelles des granges, des tables en rondin ou des suspensions en forme de glands de chêne… Voilà pour les intérieurs auxquels on ajoutera les restaurants Le Marché, Terroir & Co, Gourmet Lounge, Le Chalet et le bar Le Météore. Car enfin, tout l'intérêt du lieu est son emplacement au pied des pistes du Massif de Charlevoix. Avec un dénivelé de 770 mètres, c'est le plus haut massif à l'est des Rocheuses canadiennes. Au total, 164 hectares et 53 pistes avec vue plongeante sur le fleuve. Ski alpin ou de fond, snowboard, raquettes, marche nordique, patins à glace… L'hiver, tout tourne autour de la poudreuse. Il y a même du hors-piste. Le Club Med, au légendaire « tout inclus », propose bien entendu ses clubs pour enfants de 4 mois à 17 ans. De quoi laisser du temps libre aux parents pour profiter de la piscine chauffée de 23 mètres de long ou du spa by Sothys, ou pour rester dehors. Le Massif de Charlevoix propose des expériences uniques. Citons la descente en luge sur une piste de 7,5 kilomètres sur le Mont à Liguori. À faire de nuit, éclairé par une lampe frontale. Frissons garantis. Charlevoix compte une autre station de ski de 21 pistes, Mont Grand-Fonds, au microclimat unique, qui favorise les chutes de neige abondantes. **clubmed.fr**

PHOTOS : CLUBMED QUÉBEC CHARLEVOIX / SDP

rossignol.com

TURN fast



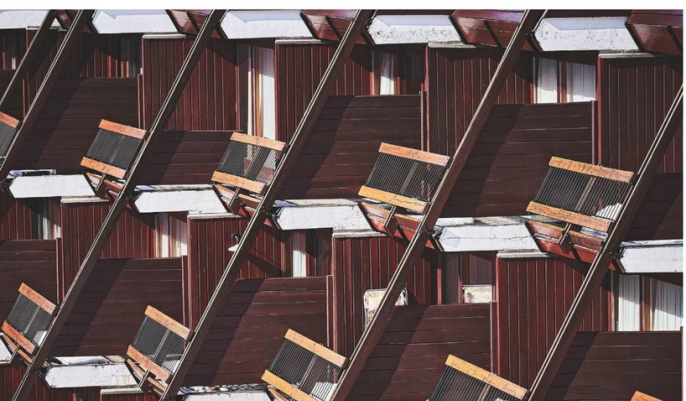
BLACKSIDE

NOUVELLE VESTE DE SKI BLACKSIDE

Tissu quadri-extensible. Membrane imperméable et respirante de pointe. Isolation Primaloft® 100 % recyclée.

ROSSIGNOL

Photo : ©Louis Garnier | * Descendre à pleine vitesse



Découvrir in situ l'univers de Charlotte Perriand

Avec son festival Archi' Design, qui se tient en avril depuis 2023, la station des Arcs entend instaurer un rendez-vous annuel où, en partant de son modèle architectural, designers et architectes réfléchissent à l'habitat de montagne pour demain.

PAR OLIVIER RENEAU

Les stations issues du plan neige des années 60 ont été souvent mal aimées, plus d'ailleurs que réellement boudées par les skieurs, qui en appréciaient tout de même les domaines skiables. Trop de ruptures avec la figure tutélaire du chalet, trop de modernité… Pourtant, leur conception était ô combien innovante à l'époque et demeure encore pertinente. Les architectures de ces destinations connaissent aujourd'hui un véritable regain d'intérêt et de reconnaissance de la part du grand public. Une raison majeure à cela : la glorification des créateurs, architectes et designers qui les ont fait sortir de terre… Le travail du temps a dû passer par là. Parmi ces stations, Les Arcs, inaugurée en 1968, est symptomatique de la vision que la designer Charlotte Perriand avait pour l'habitat de montagne. Après s'être construit un chalet à Méribel, elle va rejoindre, en 1967, l'Atelier d'architecture en montagne (AAM) créé par Laurent Chappis et Denys Pradelle. C'est d'ailleurs sur la proposition de ce dernier à Roger Godino, promoteur visionnaire de la station, qu'elle va non seulement s'employer à concevoir intégralement les aménagements intérieurs – tout est pensé selon les règles du Modulor de Le Corbusier –, mais aussi insuffler une nouvelle dynamique à la réflexion architecturale de l'équipe déjà en place (Gaston Regairaz, Bernard Taillefer, Pierre Faucheux).

Un immeuble couché de 21 étages

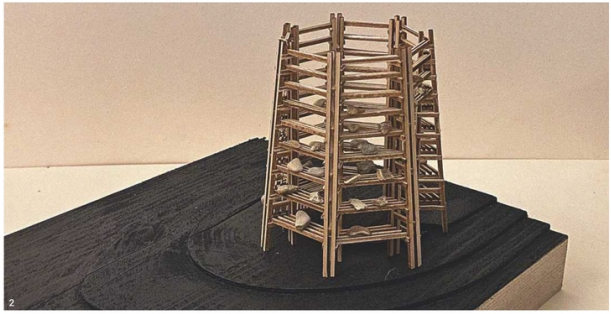
Elle imagine des processus de constructions novateurs qui révolutionnent la manière de vivre dans la pente, à l'image du bâtiment la Cascade, avec ses façades à l'oblique. De même, son implantation couchée à flanc de montage équivaut à un immeuble de 21 étages, mais qui ne coupe pas la vue vers la vallée. C'est ce que

1. et 3. Avec Arc 1600, on peut découvrir l'architecture (1) et les intérieurs (3) conçus par Charlotte Perriand, entre autres.
2. Maquette d'un pavillon, présentée au concours d'Archi' Design 2024.
4. Chaise longue *Tokyo* (Cassina), de Charlotte Perriand, à une expostion organisée par Silvera pour Archi' Design 2024.

l'on apprend en suivant les visites guidées proposées par l'office de tourisme des Arcs. *« Arc 1600 est un vrai challenge à faire découvrir et à faire aimer ! Cette architecture est très conceptuelle, mais le décryptage que l'on en fait change le regard du public. La station devient un lieu de patrimoine qui a tout son sens une fois remis dans son contexte. Et c'est ça, le but d'une visite guidée : proposer des clés de lecture pour apporter un regard nouveau »,* souligne Jean-Marie Chevronnet, qui a mis en place le dispositif, que l'on ▸

LES ARCS ARCHI' DESIGN 2025

La troisième édition du festival d'architecture des Arcs se tiendra du 14 au 18 avril 2025. Cette année encore, le festival mettra l'accent sur les visites guidées à travers, notamment, l'actualité d'un chapitre fraîchement créé sur les Arcs dans l'application Archistoire. En outre, cette semaine consacrée à la création est aussi l'occasion d'assister à des conférences sur des thématiques chères à la station, ainsi que de découvrir les résultats d'un concours d'architecture à l'adresse des écoles d'architecture de la région. Les projets, tous développés autour d'un concept d'économie de la construction, sont dévoilés sous la forme de maquettes. Puis les lauréats sont invités, au début de l'été, à réaliser à l'échelle 1 leurs microarchitectures de montagne sur un site spécifique.
Infos sur lesarcs.com


2


3


4

PHOTOS : NICOLAS JOLY – MANU REYBOZ

▸ peut d'ailleurs suivre skis aux pieds, pour partir à la découverte des aspects moins connus de la station, comme les Chalets Pointus de Bernard Taillefer, pensés au départ pour les saisonniers. Mais la station voulait aller encore plus loin dans la reconnaissance de cette station labellisée Architecture contemporaine remarquable, en instaurant un rendez-vous régulier qui attire aussi bien les professionnels que le grand public. *« Depuis l'exposition consacrée à Charlotte Perriand à la Fondation Louis Vuitton, nous ressentons un énorme attrait pour la station. Archi' Design permet de capter cette attention et de prolonger la réflexion sur comment raconter Perriand aux Arcs et, par extension, le vivre en montagne »,* explique Marion Grognet, chargée du marketing et de la communication à la station. Nourri par des interventions de professionnels, notamment la designer Matali Crasset lors des deux premières éditions, l'événement élargit le débat en dressant aussi des parallèles avec des cités d'architectes, à l'image de La Grande-Motte de Jean Balladur ou encore de Firminy, près de Saint-Étienne, pensée par Le Corbusier. Il offre aussi un temps de création à des étudiants architectes qui concourent pour des projets de microarchitectures. Enfin, ce rendez-vous permet de mettre en lumière des initiatives privées. Comme ces restaurations à l'identique d'appartements de la part de particuliers passionnés ou bien encore la rénovation récente de l'hôtel historique La Cachette par l'agence Patriarche, qui a surtout cherché à retrouver –l'esprit Perriand avec du mobilier actuel. Ce moment d'échanges pourrait bien être l'occasion d'insuffler un débat public plus général, concerté sur le devenir des stations qui approchent la soixantaine. D'autant plus dans le contexte des jeux Olympiques d'hiver de 2030, pour lesquels la durabilité devrait être un mot d'ordre fédérateur. ■

1. Visite des Arcs à skis à l'occasion du festival annuel Archi' Design, en avril dernier.

ARCHISTOIRE

Archistoire est une application mobile de visites culturelles et patrimoniales en réalité hybride, vidéos, images d'archives… créée par les Conseils d'architecture d'urbanisme et de l'environnement (CAUE) et qui permet d'interpréter les paysages naturels et bâtis qui nous entourent. La station des Arcs a été lauréate d'un appel à projets lancé par le ministère de la Culture pour valoriser l'Architecture contemporaine remarquable à l'aide de nouveaux outils numériques. Le parcours « Arc 1600, un laboratoire d'architecture » propose une découverte de la station en complément de l'offre existante de visites guidées. Smatphone en main, le visiteur découvre tous les secrets de la station : en réalité hybride, photosphère à 360°, témoignages, vidéos, citations, animations ou encore des petits quizz… tout est conçu pour permettre de découvrir l'architecture autrement et au rythme de chacun. **Appli téléchargeable sur App Store et Google Play.**



PHOTO : SOLIMAN LAVERGNE

SAINT-LARY • GRAND TOURMALET • PIC DU MIDI • PEYRAGUDES • CAUTERETS • PIAU-ENGALY • LUZ ARDIDEN • VAL LOURON • GAVARNIE • HAUTACAM



Be Ha-Py

Hautes-Pyrénées

De vraies vacances au ski
...avec un petit quelque chose en plus

Initiés par un Pyrénéen ❄

LUZ ARDIDEN - GRAND TOURMALET - GAVARNIE

Voici un grand week-end au ski avec un supplément d'âme ! Les sonnailles des moutons résonnent dans la bergerie pendant que Patrick, éleveur Toy, vous accueille dans sa maison d'hôtes. L'atmosphère est chaleureuse et conviviale et la table fleure bon les produits du terroir pyrénéen. Un camp de base idéal pour explorer ces paysages montagnards d'exception du Pays Toy, parcourir les domaines skiables du Grand Tourmalet et de Luz Ardiden, découvrir le grandiose Cirque de Gavarnie sous son habit de glace.

À PARTIR DE **334€**/pers. *(base 2 pers.)*

3 jours/3 nuits en chambres d'hôtes labellisées Gîtes de France 3 épis en ½ pension • Forfait ski 2 jours à Luz Ardiden et/ou au Grand Tourmalet (au choix) • Location du matériel de ski pendant 2 jours.

À partir de 618€/pers.
(billet d'avion et location de voiture inclus).

❄ *Chacune de ces formules est adaptable selon vos envies.*

Pyrénées Trip Grand Ski ❄

SAINT-LARY - GRAND TOURMALET PIC DU MIDI - PIAU-ENGALY - PEYRAGUDES - BAQUEIRA

Plus qu'un simple séjour au ski, c'est une grande odyssée au cœur des Pyrénées immaculées. Une aventure tout confort sur les deux versants français et espagnol d'une montagne à grand spectacle. Un patchwork d'art de vivre pyrénéen, de grand ski dans des paysages grandioses et sauvages, de bains chauds dans des lagunes inondées par les eaux pures et bienfaisantes des sources chaudes, de villages de charme, d'hébergements douillets, de soirées décontractées, d'accueils attentionnés. Idéal pour ceux qui veulent que leurs vacances à la neige aient la saveur d'un voyage.

À PARTIR DE **1326€**/pers. *(base 2 pers.)*

6 jours/5 nuits en hôtels 4* en ½ pension • Forfait ski 5 jours dans 5 stations : Peyragudes, Saint-Lary, Piau-Engaly, Grand Tourmalet - Pic du Midi, Baqueira • Location du matériel de ski pendant 5 jours • 2 entrées (2 h) aux centres de balnéo Balnéa et Sensoria.

À partir de 1671€/pers.
(billet d'avion et location de voiture inclus).

Week-end from the wild ❄

SAINT-LARY

Du ski oui mais pas que ! Du calme et des beaux paysages du lever au coucher ? C'est possible. Depuis votre refuge au bord du lac gelé et scintillant de la Réserve Naturelle Nationale du Néouvielle, vous accédez directement aux pistes de Saint-Lary pour du ski sans limite. Par la fenêtre, vous contemplez le soleil qui colore les sommets environnants. Vos soirées sont animées et chaleureuses, près de la cheminée où la flambée crépite au rythme des anecdotes du gardien des lieux.

À PARTIR DE **336€**/pers. *(base 2 pers.)*

2 jours/2 nuits en hôtel 3* en B&B et en refuge gardé au bord du lac en ½ pension • Forfait ski 2 jours à Saint-Lary • Location du matériel de ski pendant 2 jours.

À partir de 516€/pers. (billet d'avion et navette inclus).

Les Pyrénées à 1h 25 de Paris avec VOLOTEA
Vols quotidiens Paris Orly > Tarbes Lourdes Pyrénées

© Kudeta - Photos : M. Oyarzabal, iStock, Shutterstock.

LA BOUTIQUE DES PYRÉNÉES
Spécialiste des vacances sur-mesure
CONSEILS, RÉSERVATIONS, ACCOMPAGNEMENT

05 62 56 70 00
neige.hautes-pyrenees.fr

Be HaPy



1

Croquer la montagne

En hiver, après une longue journée de ski, on se doit de faire une raclette. Oui, et après ?

PAR FANNY LIAUX GASQUEREL

COURCHEVEL

LOULOU COURCHEVEL

Bien connu des Parisiens gourmets amoureux du jardin des Tuileries, Loulou a enfourché sa motoneige en direction de Courchevel en 1850. Il a troqué son habit Belle Époque contre une hermine, mais pas son amour pour la cuisine italienne et les recettes ensoleillées. Le restaurant reste fidèle à son ADN, qui s'enrichit d'une touche festive quand vient l'heure de trinquer.
422, rue de Bellecôte.
loulou-courchevel.com

MEGÈVE

CUISINE HAUTE DÉFINITION (1)

Marc Veyrat est un chef des montagnes, né à Annecy et un temps couronné de trois étoiles non loin de là, à Manigod. La Haute-Savoie demeure le terrain favori de « l'enfant terrible de la gastronomie ». La preuve avec sa nouvelle aventure, à Megève, table intimiste de 18 couverts, dont le menu s'articule autour des herbes sauvages.
539, chemin des Ânes.
marcveyrat.fr

LA TABLE GASTRONOMIQUE (2)

Le compte à rebours a commencé. Pendant les travaux de son 3-étoiles Flocons de Sel, Megève ne restera pas orpheline de la cuisine d'Emmanuel Renaut. Le chef inaugure pour une saison – et une saison seulement ! – une table éphémère qui portera son nom, dans le cœur du village, où découvrir un menu en sept temps pensé comme une collection capsule.
75, rue Saint-François.
emmanuelrenaut.com



2

BEEFBAR (3)

La marque de Riccardo Giraudi fête ses 20 ans en 2025. Fière de plus de 40 adresses dans le monde, de Paris à Hong Kong, elle devait bien finir par chausser des skis pour (enfin !) répondre à l'appel de la montagne. Le spécialiste des viandes d'exception a choisi de poser ses valises au sein de l'hôtel Cœur de Megève, une adresse très design, comme il les aime.
44, rue Charles-Feige.
beefbar.com

LA SAUVAGEONNE

Cet hiver, Megève s'anime, c'est indéniable. La Sauvageonne, née à Saint-Tropez, ouvre ses portes au cœur de la station.



Cet authentique chalet à la déco très glam' promet de devenir le lieu de l'après-ski pour des dîners qui s'étirent en fête. On y glisse entre bar, restaurant et piano-bar dans une ambiance boisée et feutrée, où la soirée débute au son des grands classiques français. Une invitation à réchauffer les voix et à aiguiser les appétits.
170, route E.-de-Rothschild.
indiegroup.fr

VAL-D'ISÈRE

PALLADIO

En clin d'œil à l'ouverture prochaine de l'hôtel Airelles Venezia, à Venise, à l'automne 2025, un restaurant aux accents italiens dirigé par le chef Riccardo Valore s'installe aux Airelles Val-d'Isère dans un nouvel écrin repensé par l'architecte et designer d'intérieur Christophe Tollemer, un habitué de la maison.
145, rue de la Poste.
airelles.com

SUISSE

AMARU (4)

Trublion de la scène design contemporaine, Luke Edward Hall transforme tout ce qu'il touche… en arc-en-ciel. Au sein de Kulm, le premier hôtel bâti à Saint-Moritz, celui qui a donné son impulsion à la station, il a imaginé un décor solaire pour le nouveau restaurant de la cheffe Claudia Canessa, une table de *street food* péruvienne qui bouscule les us et coutumes alpins – et c'est tant mieux !
Via Veglia 18, Saint-Moritz.
kulm.com

LA BRASSERIE BELVÉDÈRE

Perché dans le village de Wengen, en surplomb de la vallée de Lauterbrunnen, le tout nouvel hôtel Belvédère porte bien son nom. L'accès se mérite (en petit train depuis le village) et sa brasserie brouille les pistes. Le chef Will Gordon y modernise les codes du genre à coups de recettes contemporaines (chou-fleur rôti au miso de la Forêt-Noire, rösti au caviar



des Alpes bernoises…) élaborées avec des produits frais sourcés à 100 km à la ronde.
Galliweidli 1440E, Wengen.
beaumier.com



LA FERME SAINT-AMOUR (5)

Après Megève et Courchevel, le Groupe Annie Famose, main dans la main avec le chef Éric Frechon, exporte son art de la fête en haute altitude jusqu'aux sommets suisses. La Ferme Saint-Amour ouvre la saison d'hiver avec deux nouvelles adresses, à Crans-Montana et Gstaad. Chacune à leur manière, elles incarnent l'essence des Alpes : la première, plus urbaine, nichée entre lacs et forêts ; la seconde, écrin de luxe discret et refuge des personnalités en vue.
Rue du Prado 4,
Crans-Montana et
Gsteigstrasse 173, Gstaad.
lafermesaintamour.com

PYRÉNÉES

ORS

Après douze ans à l'Hospice du Rioumajou, à Saint-Lary-Soulan, Stéphane Lapeyre pose ses couteaux dans le village voisin de Tramezaïgues et lance Ors, une table consacrée aux saveurs locales et sauvages. Avec sa compagne, Chloé, botaniste, il compose des assiettes de saison, mariant chevreaux d'estive et plantes du terroir pour un voyage culinaire sans frontières, mais ancré dans les Pyrénées, au cœur d'une maison de garde-chasse revampée.
2, bié de Borde, Tramezaïgues.
orslerestaurant.com

PHOTOS : LUYA KAGAN – ANNE-EMMANUELLE THION – LE PETIT BEEF / DDP – BILLAL TARGHIT – PIERRE BAELEN

BOMBAY SAPPHIRE

La Fraîcheur de l'Apéritif



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

The Good Drinks

PAGES 171 — 189



PHOTO : JEF CAUSSON

Les caves de la maison de champagne Boizel, à Épernay.



La Champagne au révélateur du climat

Le réchauffement climatique fait mûrir les raisins avec allégresse et permet d'aligner de grands millésimes. Tout irait donc pour le mieux dans le monde merveilleux des bulles ? Pas sûr. D'autres impacts de ce changement guettent la viticulture, notamment avec la multiplication des épisodes extrêmes, sans oublier le sujet ardu du déclin des sols. Cependant, le modèle collectif champenois offre des moyens sans égal pour trouver des pistes d'adaptation.

PAR GUILLAUME REBIÈRE

Sous l'auvent de la réception, une belle grappe de chardonnay du Mesnil, l'un des fameux grands crus de la côte des Blancs, fait luire ses grains serrés dans la main de Frédéric Zeimett, le dirigeant de Leclerc Briant, la seule maison de champagne intégralement bio. Une autre s'avère gâtée de mildiou, ce parasite agressif dopé par la chaleur et l'humidité. *« Nous sommes moins touchés que les autres, mais cela reste une année très difficile, sur les vignes en propriété comme sur les achats de raisins »,* assure-t-il. À ses côtés, le vinificateur Hervé Jestin s'anime. Figure de la biodynamie, il révèle les vins en dépit des aléas du millésime. *« Nous sommes un peu démunis face aux maladies,* reconnaît-il. *L'adaptation se trouve dans l'approche du végétal. Il faut comprendre comment la vie se développe et résiste. »* La récolte 2024 se poursuivait encore en octobre, résultat d'une année de forte pluie. La Champagne la redoute davantage que le réchauffement climatique, qui fait mûrir avec allégresse les raisins de la plus septentrionale de nos régions viticoles et permet d'aligner des millésimes de grande qualité. Un constat suffit pourtant à estimer le danger des changements rapides qui s'opèrent : dans l'histoire, une seule vendange avait débuté en août avant 2013, celle de la caniculaire année 2003. Depuis, c'est arrivé sept fois sur dix ! Cette nouvelle normalité est rythmée aussi par les excès parfois radicaux du climat. En mai dernier, un violent orage de grêle a touché près de 500 hectares de vignes dans la vallée de la Marne, hachant les ceps et ne laissant que du petit bois. Du jamais vu dans une pareille ampleur. *« En peu de temps, on peut passer de l'année la plus sèche à la plus humide »,* résume Maxime Toubart, le président du Syndicat général des vignerons de la Champagne.

Une coopération vertueuse

Dans l'appellation la mieux organisée de France, les vignerons ont une forme de garantie contre les aléas avec la réserve individuelle, une spécificité champenoise qui permet de compenser les années de mauvaise récolte. Ce système précieux, envié partout dans la France viticole, ne peut servir d'assurance tous risques. Le Comité Champagne met des moyens importants dans la compréhension des périls et les acteurs les plus puissants se mobilisent. Inauguré en mai dernier, le conservatoire de Moët & Chandon occupe un ancien champ céréalier de 4 hectares entre la forêt de la montagne de Reims et le mont de Berru. Baptisée Essentia, l'initiative est privée, mais à vocation collective, sous la tutelle de l'interprofession. D'ailleurs, l'espace est ouvert au public sans restriction. En apparence, c'est un petit vignoble, mais différent, abritant à la fois de jeunes plants et des pieds de vigne d'avant 1970, dont le comportement est étudié. *« Parce que le matériel végétal est l'enjeu essentiel de l'adaptation au changement climatique »,* estime Véronique Bonnet, la responsable de la biodiversité. Quels seront les plus robustes, les plus résilients ? L'observation commence

1. Le vignoble d'Ayala, maison familiale et indépendante depuis 1860.
3. En partenariat avec ReforestAction, Ruinart promeut la biodiversité en plantant 25 000 arbres et arbustes dans son vignoble, notamment dans celui de Taissy, où la maison mène un projet de vitiforesterie afin d'y réintroduire la flore et la faune locales.

seulement. *« Nous préparons le terrain de jeu de nos successeurs pour leur permettre de savoir quels cépages utiliser plus tard en fonction de l'évolution climatique »,* ajoute Frédéric Gallois, le directeur du vignoble, qui échange avec tous les acteurs en dehors même de sa maison. C'est l'atout de la Champagne ; son système d'organisation lie vignerons et négociants et les engage à jouer groupés, et les outils de recherche des grands protagonistes comme Moët & Chandon sont inégalés : étude de la physiologie des plantes, mise à contribution de la robotique pour les sols ou de capteurs de suivi des parcelles côté R&D du Centre de recherche Robert-Jean de Vogüé, création d'une canopée, observation des effets des zones humides ou de 25 variétés fruitières de la région avec Essentia. La concurrence étant émulation, Perrier-Jouët, du groupe Pernod-Ricard, a lancé, en septembre, le projet Cohabitare sur son vignoble historique d'Ambonnay. Un îlot de biodiversité de taille modeste, vitrine de la transformation des 70 hectares de son vignoble en propriété selon les pratiques de la viticulture régénératrice.

Des objectifs et des actions

A contrario, c'est peut-être une faiblesse de la Champagne, illustrée par une surface limitée en bio (moins de 8 %, conversions en cours comprises) : la propriété du foncier est très éclatée, parfois sur des microparcelles de 10 ares, et les vignerons qui vendent les raisins aux maisons n'ont pas un intérêt immédiat au changement. *« Le système champenois est équilibré, il partage les richesses et les responsabilités,* défend Émilien Boutillat, le jeune chef de cave de Piper Heidsieck. *Notre vignoble est un laboratoire pour partager avec les vignerons. Et la nouvelle génération a les considérations environnementales bien en tête. »* Chez Bollinger, Charles-Armand de Belenet, directeur général, travaille à motiver les apporteurs : *« Il faut partager les connaissances avec eux et les inciter financièrement à basculer* a minima *en certification Viticulture durable. Jusque-là, nous avions conscience du changement, aujourd'hui il faut des objectifs et des actions. Le paysage champenois va changer dans les années qui viennent, à travers l'agroforesterie ou les rangs semi-larges. »* Comme Piper Heidsieck, Bollinger est labellisé B Corp, une norme qui dépasse la seule empreinte environnementale et scrute tous les engagements. *« Nous avons le devoir d'être leader dans le changement,* insiste Charles-Armand de Belenet. *Avec un premier axe sur la biodiversité, pour sortir de la monoculture, un deuxième contre le réchauffement, par l'enherbement, entre autres, enfin par la suppression de tous les intrants chimiques. »* La maison d'Aÿ collabore avec les experts de La Ferme du Bec Hellouin sur les solutions de permaculture, afin de les ▸


2


3

PHOTOS : ROMAIN GUITTET – CHAMPAGNE AYALA – MATHIEU BONNEVIE

3 questions à…

Frédéric Panaïotis (2)

Chef de cave de la maison Ruinart depuis 2007.

Quel constat faites-vous de l'évolution climatique en Champagne ?

En Champagne, on note un réchauffement de 1,3 °C sur la période 1991-2020 par rapport aux 30 années précédentes selon les indicateurs clés compilés par le Comité Champagne. Une valeur qui ne reflète cependant pas les excès, comme un record de 42,9 °C en 2019. Cette même année, le nombre de jours entre la floraison et la vendange est tombé à 81, alors que toute la viticulture est basée sur 100 jours. Depuis la fin des années 80, la date de floraison avance d'une dizaine de jours, en moyenne. Même constat pour les vendanges, notamment depuis 2003, alors que même en 1976, année caniculaire, on avait encore commencé en septembre. Les sous-maturités du passé n'existent plus – tant mieux —, et les millésimes exceptionnels d'autrefois sont devenus habituels aujourd'hui. La qualité moyenne en Champagne n'a jamais été aussi bonne, mais quelle sera la norme d'ici 15 à 20 ans ? Voilà ce qui nous préoccupe.

Faites-vous des projections ?

Nous ne spéculons pas, nous nous basons sur des éléments fiables, comme l'indice de Huglin, qui traduit les conditions climatiques durant le cycle de la vigne et caractérise les territoires viticoles : habituellement, le climat, en Champagne, va de frais à tempéré, mais à présent, lors d'une année très chaude, nous avons à Reims le climat de Montpellier. Tout cela joue sur l'équilibre des raisins : le rapport sucre/acidité montre des courbes de maturité jamais vues. Sur notre vignoble de Taissy, nous voulons montrer l'exemple de pratiques adaptées, avec les couverts végétaux ou la vitiforesterie. Les vignerons partenaires y sont sensibles, spécialement les nouvelles générations. Nous allons les embarquer.

Vous avez créé la cuvée Blanc Singulier pour refléter ces changements. L'adaptation se trouve-t-elle aussi dans les méthodes de vinification ?

Le mûrissement accéléré du chardonnay oblige à s'adapter. Avec notre Blanc Singulier, nous prenons en compte la réalité du changement climatique pour préserver un champagne de qualité. Pourtant, nous tapons dans les conditions les plus défavorables : les raisins les plus mûrs dans les années les plus mûres. C'est le blanc de blancs du futur ! Le type de vins qu'on saura faire si cela devient la norme, avec, notamment, une part de vins de réserve élevés en foudres. Nous regardons l'élaboration de vins tranquilles, parce que nous avons des équilibres de raisins pour le faire. Ils ne seront pas commercialisés tant que la qualité ne nous satisfera pas.

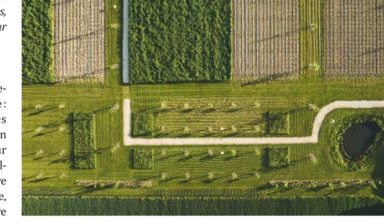


▸ expérimenter sur son vignoble. Alors que des tests sur les cépages résistants, comme le voltis, se montrent prometteurs, elle observe aussi l'évolution des variétés identitaires de la Champagne, notamment le pinot noir, sa spécialité, sensible à la chaleur, fragile du fait de sa peau fine. Le chardonnay paraît plus adaptatif : chez Ayala, qui en a fait un marqueur, on convertit en bio une partie des vignes en propriété. *« Ce n'est pas facile, avec moins de rendement, mais plus de qualité,* explique son directeur Hadrien Mouflard. *Il faut maîtriser le risque, puis élargir les surfaces. Faire avec zéro herbicide sur des sols 100 % propres, c'est possible. C'est aussi la condition pour justifier nos prix. »*

Les cuvées bio se multiplient

C'est le revers de la stratégie de « premiumisation » suivie par la Champagne : les allégations environnementales deviennent décisives pour la réputation et donc la valorisation. Comme pour donner un signal, les cuvées bio se multiplient. Marque phare de la coopérative Terroirs & Vignerons de Champagne, deuxième acteur du vignoble derrière les maisons de Moët Hennessy, Nicolas Feuillatte pousse son Organic Extra-Brut : 300 000 bouteilles par an, à peine 3 % de ses expéditions, et une augmentation attendue grâce au triplement des surfaces en 2023. *« Cette année-là, les moûts bio ont présenté de meilleurs marqueurs sanitaires que les conventionnels avec des grappes plus aérées et des raisins moins contaminés par les maladies »,* témoigne Guillaume Roffiaen, le directeur Vignes et vins. L'Union Champagne, elle, vient de lancer Saint-Gall Blanc de Bio sur des premiers crus de chardonnay. L'Union auboise met en avant, sous sa marque Devaux, la cuvée Cœur de Nature, remarquée pour son originalité et sa gourmandise : *« Quand vous atteignez 10 % de vos approvisionnements en bio, il est logique d'aboutir à une cuvée,* estime le chef de cave Michel Parisot. *Mais la guerre me semble stérile entre les bios et les conventionnels. On sait tous qu'on ne peut plus travailler comme avant, qu'il faut piloter plus finement la vigne et la vendange. »* Dans l'Aube, la climatologie est plus complexe encore, avec un gel fréquent. La maison Drappier a perdu une bonne part de la récolte 2024 sur ses vignes en bio de la côte des Bar. *« L'équilibre qualitatif est meilleur aujourd'hui, mais tous les paramètres de gel ou de sécheresse sont en augmentation,* assure Hugo Drappier, qui gère le vignoble familial. *Il faut être ultra-adaptable. Pour répondre au manque d'eau ou, à l'inverse, au trop plein, comme cette année, il faut réfléchir à la structure de nos sols. »* Sur son domaine de 24 hectares de la vallée de la Marne, le vigneron Jean-Marc Charpentier fait effectivement le constat d'un dépérissement du vignoble lié à la sécheresse… sauf chez lui ! *« J'ai apporté des réponses différentes par la biodynamie : la pratique culturale et l'arrêt de tout produit aboutissent à une meilleure qualité des sols. Avec une disponibilité en eau qui n'est plus garantie, elle apporte de l'équilibre, une alimentation hydrique continue. »* Il a lancé des tests de vigne semi-large, autorisée par l'appellation depuis l'an dernier comme outil d'adaptation : le travail des sols est facilité, la hauteur de palissage (jusqu'à 2 mètres de haut) apporte moins de sensibilité au gel et aux maladies. Pionnier en 2009, lorsqu'il engage sa conversion, Jean-Marc Charpentier fait aujourd'hui encore figure d'exception. *« J'ai eu la révélation de la biodynamie lors d'une dégustation. La double certification AB et Demeter crédibilise ma démarche »,* relate ce fils audacieux d'un directeur du lycée viticole d'Avize, qui démontre, à son échelle, la faculté de la Champagne à se remettre en question. ■

1. Dans les caves de Leclerc Briant, seule maison de champagne intégralement bio.
2. Essentia est une parcelle de Moët & Chandon consacrée à la recherche collective.



PHOTOS : DOMAINE BRIANT – MOËT & CHANDON ESSENTIA

L'INSTANT
TAITTINGER
#THEINSTANTWHEN

ESPRIT DE FAMILLE



9 septembre 2018, Château de la Marquetterie. L'équipe du Champagne Taittinger prépare le cocktail, le dernier jour des vendanges.

Photo de Massimo Vitali.

CHAMPAGNE
TAITTINGER
REIMS FRANCE

L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ, À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



Krug prend de l'avance

Le nouveau site de vinification de la maison de champagne est un exemple d'écoconception. Baptisé « Joseph », prénom de celui qui la fonda en 1843, il conjugue modernité et engagement environnemental. Des exigences qui ne concernent plus seulement la vigne, mais aussi, dorénavant, les installations au service du vin.

PAR GUILLAUME REBIÈRE

Le Clos d'Ambonnay est un joyau des champagnes Krug. C'est l'une de ces rares cuvées capables de mettre en transe les grands amateurs du monde entier disposés à débourser quelques milliers d'euros pour une bouteille. La minuscule parcelle de 0,68 hectare, plantée en pinot noir, qui produit ce nectar, n'est plus seule depuis quelques mois : devant le parterre de vignes, les nouvelles installations de vinification de la maison déploient leur architecture imposante et douce à la fois. Deux nefs épurées et largement vitrées abritent pas moins de huit celliers, plus spectaculaires vus de l'intérieur que de l'extérieur, où les formes courbes et les couleurs cuivrées de la toiture se fondent dans le paysage d'Ambonnay, l'un des villages les plus réputés de la Champagne. Le bâtiment conçu en H, avec un îlot central pour faciliter les circulations, joue de cet équilibre entre la nature et l'activité : d'un côté, une terrasse belvédère et un jardin en transition avec le clos ; de l'autre, une cour de travail ouverte sur la place principale du bourg. Ainsi se mêlent matière première et action de l'homme sur un site qui a obtenu la certification HQE (Haute qualité environnementale) de niveau exceptionnel.

De nouvelles intentions

Dans le monde des grands vins, et particulièrement dans celui des propriétaires de renom, le credo architectural a longtemps été la recherche d'une signature internationale et d'un geste spectaculaire. Les temps changent, comme le climat. Même à Bordeaux, où Jean Nouvel, Christian de Portzamparc, Norman Foster, Mario Botta, entre autres vedettes du secteur, ont posé leur patte depuis des décennies, les dernières réalisations tranchent avec les intentions passées. Au printemps, l'architecte et urbaniste Philippe Madec a livré le nouveau chai du château Cantenac Brown, troisième cru classé de Margaux. Cinq mille mètres carrés ont été bâtis sans le moindre gramme de ciment : matériaux naturels (bois et terre crue) ou recyclés, sourcing local, murs en pisé, géothermie… En Bourgogne, l'Atelier Zéro Carbone Architectes travaille depuis quinze ans avec quelques-uns des plus grands domaines de la région (Armand Rousseau, Dujac, Trapet…)

1. 2. et 4. Le site de vinification « Joseph » centralise en un même lieu les activités œnologiques au cœur d'un projet durable.
3. Le Krug Rosé 28e édition, imaginé par la cinquième génération de la famille.

DEUX NOUVEAUX FLACONS

Sur le nouveau site d'Ambonnay, la cuverie d'assemblage est impressionnante, calibrée pour la Grande Cuvée, l'emblème de Krug, voulue depuis la fondation de la maison par Joseph Krug comme l'expression la plus généreuse du champagne, chaque année. La 172e édition est un assemblage dominé par le pinot noir, à partir de 146 vins issus de 11 années différentes sur une base du millésime 2016. Les vins de réserve en constituent 40 %, afin d'obtenir une palette riche de saveurs et d'arômes. Autre révélation de fin d'année, le Krug Rosé 28e édition est sa variante depuis que la cinquième génération de la famille l'a imaginé. Là aussi un assemblage, de 32 vins sur 6 années distinctes, avec la même base 2016. Sa composition finale inclut, notamment, une part de pinot noir macéré de manière traditionnelle. Le vieillissement en cave va au-delà de sept ans. C'est un champagne rosé à la structure et à la couleur uniques, avec une grande amplitude.


2


3

et étend désormais son esprit pionnier dans tout le vignoble français. En Champagne, le patrimoine ancien, éventuellement rénové, a souvent été privilégié. Bien implanté depuis 1996, le cabinet rémois Pace Architectes est, lui, sollicité pour des réalisations plus contemporaines, sans l'ostentation accolée à l'univers festif des bulles. Pour concevoir « Joseph », Moët Hennessy a fait appel à l'agence internationale AW2, qui conçoit aussi bien des projets résidentiels, culturels ou d'hôtellerie. Celle-ci était déjà intervenue dans deux projets plus modestes de Krug : la restructuration de la maison de famille à Reims, aujourd'hui lieu de réception et de dégustation, et la réhabilitation d'une loge de vignerons au cœur de son vignoble, comme une mise en scène du paysage champenois. *« À Ambonnay, nous avions d'autres enjeux,* affirme Stéphanie Ledoux, qui codirige l'agence avec Reda Amalou. *D'abord, il fallait trouver comment réorganiser les différents métiers d'élaboration du champagne dans un bâtiment moderne et fonctionnel. Ensuite, l'objectif était d'intégrer 9 500 mètres carrés d'installations dans l'environnement d'un village… »*

Un lieu unique

Dans l'histoire de Krug, le transfert de la partie production est un événement, puisqu'elle n'avait pas quitté les locaux historiques depuis la fondation de la maison. *« Nous voulions rassembler toutes les activités œnologiques en un même lieu,* avance Christophe Lopes, le chef de projet de la maison. *Le vieillissement en bouteilles et l'habillage final restent à Reims, mais c'était important de se rapprocher du vignoble et de nos vignerons partenaires. »* Le personnel a aussi été associé à la conception, notamment pour optimiser les déplacements. *« Il n'y a qu'une quinzaine de personnes en permanence sur le site,* précise Stéphanie Ledoux. *D'où l'idée de ce point central qui distribue les espaces techniques. »* La démarche environnementale s'est concentrée sur la consommation d'énergie et d'eau, d'abord par l'isolation des bâtiments. Un système de *free cooling* a été implanté, qui récupère l'air frais de la nuit pour le rediffuser la journée et éviter la climatisation. Des étapes de pompage et de déplacement du vin ont été supprimées, ce qui contribue à améliorer la qualité finale. Pour l'élevage en fûts, une spécificité de Krug, l'hygrométrie des celliers est assurée sans abreuvage des tonneaux, très consommateur d'eau. En somme, les bons principes de l'architecture bioclimatique sont en place, et pour longtemps. ■

« C'ÉTAIT IMPORTANT DE SE RAPPROCHER DE NOS VIGNERONS »


4

PHOTOS : LÉO GINALMAC – SDP KRUG





Cuvées de fêtes

Elles viennent de grandes maisons, d'artisans vignerons, de marques coopératives, de la Marne ou de l'Aube : toute la diversité de la Champagne en une sélection, à tous les prix aussi.

PAR GUILLAUME REBIÈRE

BOLLINGER (1)
PN VZ 19
Prix : 125 €
Pour la plus vigneronne des grandes maisons de champagne, la gamme PN vient sanctifier son expertise du pinot noir. Dans l'exégèse du nom très codé de la cuvée (l'influence de 007 sans doute), VZ signifie Verzenay, pour l'origine du cru principal, et 19, l'année de base de l'assemblage. Bollinger met ainsi en valeur les terroirs de la Champagne, principalement en grands crus et premiers crus, en même temps que son savoir-faire. Résultat : un blanc de noirs 100 % pinot noir lumineux à l'œil avec sa robe dorée, un mix séduisant d'acidité et de notes miellées qui apporte en bouche une sensation de gourmandise.

RUINART (2)
Blanc de blancs
Prix : 92 €
Le chardonnay est la signature de Ruinart et impose sa délicatesse. Selon qu'il provienne des terroirs de la Côte des Blancs, de la Montagne de Reims, du Sézannais ou du Vitryat, il adopte des nuances de fraîcheur, de rondeur, de structure. Dans ce blanc de blancs, assemblage de 30 crus avec 30 % de vins de réserve, le chef de cave Frédéric Panaïotis compose comme un emblème du style maison : très frais et fruité, avec des notes intenses d'agrumes ; une texture soyeuse étirée par la tension d'un chardonnay ciselé. Le flacon est présenté dans son étui écoconçu en fibres naturelles, comme une seconde peau de papier.

TAITTINGER (3)
Brut Millésimé 2016
Prix : 65 €
L'année 2016 avait connu une climatologie qui n'est pas sans rappeler celle, capricieuse, de 2024. À la différence qu'un mois d'août très sec, ensoleillé et chaud offre à la vigne une fin de course idéale. La maison Taittinger n'a donc pas hésité à millésimer une récolte plus faible, mais très qualitative. L'assemblage réunit à parité égale chardonnay et pinot noir, issus à 70 % de grands crus. Vins de première presse, long vieillissement, le résultat est remarquable : énergie et fraîcheur, complexité et persistance aromatique composent un subtil équilibre. À l'apéritif aussi bien que pour accompagner le repas.

GOSSET (4)
Celebris 2008
Prix (magnum) : 515 €
Cuvée confidentielle mais réputée de la maison Gosset, Celebris dévoile en cette fin d'année son millésime 2008 en format magnum. Une maturation prolongée qui permet de pousser loin la complexité aromatique à partir d'un assemblage équilibré de chardonnay et de pinot noir. Le dégorgement a été réalisé en 2022 avant que les flacons retournent en cave pour un repos supplémentaire de 18 mois. Le dosage, à 5 g/l, est absorbé harmonieusement. Le contenant magnum, idéal pour affiner le vieillissement, ajoute densité et profondeur à un champagne parfaitement équilibré. Livré avec un coffret en bois de pin radiata écoconçu.

CHÂTEAU DE BLIGNY (5)
Le Clos du Château
Prix : 70 €
C'est une propriété unique de la Côte des Bar, dans l'Aube. La seule bénéficiant en Champagne de l'appellation château. On y produit donc ses vins exclusivement sur ses vignes, où les cépages anciens ont aussi leur place. Trois



d'entre eux – arbane, pinot blanc et petit meslier – entrent à parité avec les classiques chardonnay, pinot noir et meunier dans cet assemblage original issu d'un clos de moins de un hectare. Le résultat est très séduisant, avec un nez plutôt sur les fruits exotiques et une bouche puissante. À découvrir.

BOIZEL (6)
Joyau rosé 2012
Prix : 140 €
En changeant de génération, la maison Boizel a redéfini ses vins, et pas seulement le *packaging*. Elle en impose davantage, raccord avec sa solennelle façade de l'avenue de Champagne, à Épernay. La gamme « Joyau de France » est devenue « Joyau », la qualité ayant peu à voir avec le patriotisme. En brut et blanc de blancs, ce millésimé se décline aussi en rosé, qui intègre une part de pinot noir vinifié en rouge en provenance des Riceys. Verzenay, Avize, Chouilly..., les meilleurs terroirs contribuent à une grande finesse et une vinosité impeccable.

MOËT & CHANDON (7)
Grand Vintage 2016
Prix : 68 €
La plus prolifique des maisons de champagne a produit 77 millésimes dans sa glorieuse histoire depuis le tout premier, en 1842. Un rythme raisonnable que maintient le chef de cave actuel, Benoît Gouez, orfèvre de cuvées abouties, précises, sans faille. Le Grand Vintage 2016 traduit aussi une climatologie turbulente cette année-là. L'assemblage est dominé par un chardonnay qui s'impose en bouche. L'attaque est franche, ponctuée par une belle tension en finale. Sept années de vieillissement et une année encore après dégorgement.

PANNIER (8)
Égérie 2015
Prix : 120 €
Vitrine de la Coopérative vinicole de la vallée de la Marne, la maison Pannier livre chaque année des champagnes au cordeau. Et occasionnellement cette très belle cuvée Égérie, lancée en 1985 et tirée douze fois seulement. Issue des plus beaux terroirs cultivés par ses vignerons, elle sacralise l'art champenois de l'assemblage. Sur dosage extrabrut, on goûte toute la vivacité du chardonnay lestée par la profondeur charnue du pinot noir. Parfaitement calibrée pour la gastronomie.

THIÉNOT (9)
Cuvée Garance 2012
Prix : 105 €
Alain Thiénot ne pouvait pas mieux souligner la force de la transmission dans les maisons de champagne. La collection Famille regroupe trois cuvées millésimées issues principalement des vignobles en propriété, en grands et premiers crus. Il y a celles d'Alain, le fondateur, et de Stanislas, son fils. Et puis Garance 2012, qui marque l'entrée de sa fille dans la maison. C'est un blanc de noirs, à 90 % de pinot noir et faiblement dosé, à 2 g/l, expressif et subtil. *« Il reflète l'alliance de la puissance et de l'élégance de nos vins »*, signe Garance Thiénot.

LAURENT-PERRIER (10)
Héritage
Prix : 79 €
La cuvée Grand Siècle, lancée en 1959, voulait recréer l'année parfaite. Laurent-Perrier en poursuit la quête à travers ce nouveau flacon Héritage. Composé exclusivement de vins de réserve, dont la maison dispose en quantité et qualité exceptionnelles, l'assemblage balance entre chardonnay (55 %) et pinot noir (45 %). L'effervescence est longue, le nez et l'attaque libèrent des arômes d'agrumes et de fruits blancs, la fraîcheur persiste en bouche. Un équilibre très maîtrisé. Une nouvelle référence en Champagne ?

MUMM (11)
Cordon Rouge
Prix : 32 €
C'est une de ces cuvées immédiatement reconnaissables dont la Champagne a le secret. Un ruban rouge, joliment modernisé depuis quelques années, et l'œil s'emballe. Dans le flacon, surtout, un assemblage gourmand sur une base de pinot noir, le cépage emblématique de la maison Mumm. Rondeur et onctuosité le caractérisent, sans perdre l'équilibre et la fraîcheur qu'un beau champagne apéritif suggère. Excellent rapport qualité-prix.

TARLANT (12)
L'Enclume 2011
Prix : 62 €
Toute la singularité des vignerons de Champagne se trouve dans cette cuvée du domaine Tarlant, saga familiale dans la vallée de la Marne depuis douze générations. L'Enclume, tel est son nom, parce qu'elle livre un chardonnay sur silex, pour qualifier le sous-sol de galets d'une vigne plantée en sélection massale il y a cinquante ans. Il s'agit de la vendange 2011, mise en bouteille à 1 900 exemplaires seulement, dégorgée en 2022 après dix ans d'élevage sur lies. Une attention qualitative unique pour un résultat vibrant, époustouflant. À prix très contenu.

LALLIER (13)
R.021 Brut
Prix : 39 €
Chez Lallier depuis trois ans, le chef de cave Dominique Demarville, passé par Mumm, Perrier-Jouët et Veuve Clicquot, signe ses premières créations avec la cuvée R.021. Derrière le code, une gamme, « Réflexions », et un millésime, 2021. Dans ce brut racé au nez d'agrumes, Dominique Demarville a introduit une touche de pinot meunier à la composition traditionnelle de la maison d'Aÿ pour plus de fruité et de rondeur, dont il a vieilli une petite part en fûts de chêne afin d'en enrichir la texture.

PHOTOS : SIPP - DOMAINE GOSSET



Un pavillon du futur dans les reflets du passé

En 2029, Ruinart fêtera ses 300 ans d'existence. Pour célébrer cette longévité, mais aussi regarder vers l'avenir, d'importants travaux ont été menés au 4, rue des Crayères, son adresse mythique, à Reims. En regard des bâtiments historiques, l'architecte Sou Fujimoto signe un pavillon contemporain qui dialogue avec l'héritage de la plus ancienne des maisons de Champagne sans se laisser intimider.

PAR MARYSE QUINTON

En France, Sou Fujimoto s'est fait connaître du grand public avec L'Arbre blanc, une folie architecturale – c'était le programme –, à Montpellier. Réalisé en 2019 (avec Laisné-Roussel et Manal Rachdi/Oxo), le bâtiment a fait parler de lui. Très médiatisé, il fut autant l'objet de critiques que de louanges. Motif de la controverse ? 113 logements avec de généreux balcons et terrasses, contenus dans une surprenante tour de 17 étages hérissés d'excroissances, célébrant le « vivre dehors ». En 2016, année de naissance de l'agence parisienne de Sou Fujimoto, la polémique était venue de « Mille Arbres », proposition lauréate de l'appel à projets innovants « Réinventer Paris » remportée avec la même équipe. L'idée ? Planter 1 000 arbres au-dessus du périphérique parisien pour en faire un *« laboratoire de dépollution urbaine »*. Le projet est aujourd'hui aux oubliettes pour les uns, en cours pour les autres. L'avenir tranchera. Plus récemment, il a livré sur le plateau de Saclay le Bâtiment d'Enseignement Mutualisé (BEM), partagé entre sept écoles d'ingénieurs prestigieuses parmi lesquelles Polytechnique ou AgroParisTech. Vitrine de l'excellence française en matière d'enseignement supérieur, cet édifice, tout en transparence et porosité, ne passe pas inaperçu avec son dédale d'escaliers. En France, l'architecte japonais est ainsi associé aux projets un poil tape-à-l'œil, aux antipodes de l'épure nipponne, mais toujours blanc immaculé. Au Japon, on lui doit de remarquables maisons individuelles (House NA, House N, House O) qui ont forgé sa notoriété. Il achève actuellement le bâtiment phare de l'exposition universelle d'Osaka 2025 : le Grand Ring, une impressionnante structure en bois sans assemblage mécanique ou presque, formant un cercle de deux kilomètres de long. À Shenzhen, c'est







un musée de 110 000 m² – le Reform and Opening-up Exhibition Hall – que termine Sou Fujimoto qui, à 53 ans, fait partie de ces « starchitectes » internationales dont le seul nom suffit à susciter l'intérêt. Aussi, quand le Japonais associe le sien à celui de Ruinart, la plus ancienne des maisons de Champagne, le mariage s'avère aussi enthousiasmant que prometteur.

Un écrin pour les visiteurs

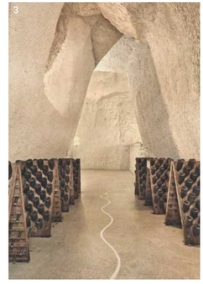
Dirigé par Frédéric Dufour et propriété de LVMH, Ruinart fêtera ses 300 ans en 2029. Dans un univers très concurrentiel, les maisons de Champagne se doivent d'innover pour se différencier. Aussi, le 4, rue des Crayères a entrepris une métamorphose ambitieuse pour ancrer la marque dans la modernité et affronter le siècle à venir. Pièce maîtresse de la transformation, un nouveau pavillon d'accueil vient enrichir la sacro-sainte « expérience visiteur », graal de toutes les maisons de luxe. L'affaire est délicate puisqu'il s'agit d'intervenir dans un site classé au patrimoine mondial de l'Unesco depuis 2015, parmi les Coteaux, Maisons et Caves de Champagne, et plus précisément sur la colline Saint-Nicaise. Sous cette butte de craie, composée d'anciennes carrières et de puits, se déploient pas moins de 57 kilomètres de galeries où sont stockées et conservées, dans des conditions idéales de vieillissement, les productions de plusieurs grandes maisons parmi lesquelles Ruinart. Une consultation est donc organisée en 2019, invitant plusieurs architectes à réfléchir à cette commande. En guise de brief, une phrase de Léonard de Vinci : *« La simplicité est la sophistication suprême. »* Du nom des candidats, on ne saura rien ou presque. Du budget alloué au lifting non plus. *« Confidentiel »*, nous dit-on. Sou Fujimoto l'emportera à la faveur d'une proposition qui, exprimant l'univers Ruinart, se tourne résolument vers l'avenir tout en célébrant l'héritage, sans nostalgie. Au 4, rue des Crayères, c'est l'architecture, et non des dispositifs éphémères ou ludiques, qui façonne la qualité de cette fameuse expérience visiteur. La pérennité a été privilégiée, de même que tout geste emphatique a été remisé dans les caves. Pour autant, l'architecte japonais ne s'est pas effacé, parvenant à incarner Ruinart dans ce bâtiment singulier d'un peu plus de 1 000 m², construit en pierre de taille, flanqué d'une façade vitrée et d'une toiture concave asymétrique. Le chantier ne fut pas de tout repos. Construire sur des crayères est une entreprise périlleuse, de même que mener des travaux de cette envergure sans interrompre l'activité de production ne facilite pas la tâche. Après trois années ▸

1. à 4. Le Pavillon Nicolas (1) et le parc accueillent une centaine d'œuvres, dont le labyrinthe de racines *Desnatureza*, d'Henrique Oliveira (2), les sculptures monumentales du duo Dewar et Gicquel (3) et l'installation *Modified Social Benches*, de Jeppe Hein (4).

PHOTOS : IWAN BAAN • ALICE JACQUEMIN • MATHIEU BONNEVIE







▸ intenses, l'inauguration s'est déroulée le premier week-end d'octobre 2024, l'occasion pour Zaho de Sagazan de chanter devant un parterre d'invités prestigieux.

Mise en scène du site historique

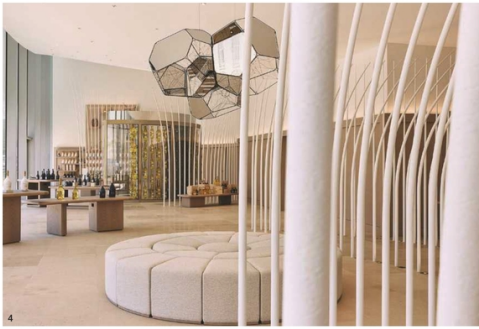
L'expérience architecturale débute dès l'arrivée devant le 4, rue des Crayères. Énigmatique, l'entrée s'effectue par un cheminement creusé entre de hautes parois minérales qui plongent les visiteurs dans une étonnante faille spatiale entre la rue et la maison Ruinart. Ces murs épais, réalisés en béton, rappellent les anciennes carrières de craie jusqu'à reproduire les traces des outils sculptant la pierre. Particulièrement réussie, cette séquence conduit progressivement au pavillon imaginé par Sou Fujimoto, tout en courbes, coiffé d'une toiture incurvée. À ce stade, le site historique est encore invisible. On pénètre ensuite dans le nouvel édifice en apparence opaque, à travers un premier espace, introverti et éclairé zénithalement à la manière des crayères. Puis, sans transition cette fois-ci, s'ouvrent des portes automatiques qui dévoilent instantanément une vue majestueuse sur la cour d'honneur à travers une façade entièrement vitrée.

L'effet est pour le moins saisissant. Face au bâtiment historique organisé en U, cet écran de verre évanescent est sérigraphié, inspiré par l'effervescence des bulles de champagne qui montent lentement dans la coupe. *« Nous souhaitions fermer la cour historique sans la fermer »*, explique Adrien de Lassence, architecte et directeur associé chez Sou Fujimoto, en charge de la conduite de ce projet. Ce dernier trouve ainsi naturellement sa place, répondant aux bâtiments historiques du XIXe siècle qui lui font face sans se laisser intimider. D'un seul tenant, l'espace intérieur comprend une boutique, l'accueil, des salons privés pour recevoir les clients et un bar à champagne prolongé à l'extérieur par une jolie terrasse. En sous-sol se niche la cave secrète des millésimes. Le Pavillon Nicolas – c'est son nom – constitue le point de départ avant de visiter le site de production et les fameuses crayères. La lumière, chère à Sou Fujimoto, participe grandement à la sensation de confort qui émane de ce lieu, lequel profite par ailleurs d'une généreuse hauteur sous plafond. La nuit tombée, l'édifice se fait lanterne pour le parc. Moins convaincante, l'architecture intérieure signée Gwenaël Nicolas convoque l'idée d'un *« jardin intérieur minéral »* dans la continuité du parc paysager. L'ensemble du mobilier manque de légèreté et de finesse, à l'exception toutefois des arches réalisées à partir de résines organiques et de lin tissé qui partitionnent l'espace du sol au plafond sans le fermer.

Démarche environnementale

Une fois n'est pas coutume, ce pavillon d'accueil est un bâtiment post-Covid, de ceux à qui la pandémie a profité, lui donnant le temps de mûrir et d'affirmer une démarche environnementale.

Il était initialement prévu en béton, mais la pierre naturelle de Soissons, provenant d'une carrière située à une soixantaine de kilomètres, lui a finalement été préférée. L'entreprise Léon Noël, un tailleur de pierre émérite rémois, est intervenue de l'extraction de la pierre à la pose. Toiture végétalisée, géothermie et panneaux photovoltaïques prennent part à la démarche environnementale qui traverse le projet. La sérigraphie n'est pas une simple fantaisie esthétique, elle permet de filtrer les rayons du soleil et a été soigneusement étudiée en fonction de l'orientation et des hauteurs de solstices. Quant à l'asymétrie de la toiture, elle protège des vents dominants. Dans cette métamorphose du 4, rue des Crayères, le travail du paysagiste Christophe Gautrand joue un rôle essentiel. Il se déploie dans un parc arboré de 7 000 m² – dont 5 000 m² d'espace boisé classé – que vient préserver et régénérer une sélection d'essences adaptées au changement climatique. Les premiers chênes-lièges de Champagne y ont été plantés. Encourageant la biodiversité locale, il fait le lien entre l'histoire et le présent. *« Ce parcours magnifie le bâtiment de Sou Fujimoto »*, souligne Adrien de Lassence. En accès libre et gratuit, ce parc accueille des œuvres in situ, rappelant l'engagement culturel de Ruinart. Dans les allées du jardin, mais aussi dans la cour d'honneur ou entre les murs des espaces historiques, 110 œuvres d'art signées de 36 artistes parmi lesquels Eva Jospin, Pascale Marthine Tayou ou Ugo Gattoni. L'arrêt du chantier, en raison du Covid, aura permis au paysage de pousser généreusement, ce qui est rarement le cas lorsqu'un bâtiment est inauguré. Il n'en demeure pas moins que la véritable expérience visiteur reste la plongée dans les entrailles de cette adresse emblématique et la découverte des fameuses crayères. À 40 mètres de profondeur, dans la moiteur de ces cathédrales monumentales, le savoir-faire de Ruinart se dévoile sans artifice. Dans ce labyrinthe de 8 kilomètres de long, la quiétude comme le poids de l'histoire vous happent au milieu des flacons soigneusement classés et entreposés. Dans cette expérience souterraine se trouve le *Retour aux Sources* de Mouawad Laurier, une œuvre immersive, visuelle et sonore, qui prend la forme d'une racine réagissant en temps réel aux données du vignoble, de la production et du climat. Convoquant l'intelligence artificielle dans cette crayère millénaire, cette installation est à l'image du bâtiment de Sou Fujimoto : d'une simplicité sophistiquée. ■



4



5

PHOTOS : MATHIEU BONNEVIE – GRÉGOIRE MACHAVOINE – CHLOÉ LEBESTE / RUINART – ALICE JACQUEMIN

1. à 3. Sur le site historique, les cathédrales de craie cohabitent avec l'art de Mucha (2) et des créations contemporaines, comme le *Cerf Contrôle*, de Pascale Marthine Tayou.
4. La boutique à l'entrée du Pavillon Nicolas.
5. De gauche à droite : Gwenaël Nicolas, architecte d'intérieur, Frédéric Dufour, directeur de Ruinart, Sou Fujimoto, architecte, et Christophe Gautrand, paysagiste.

Dans les arcanes de Glenfiddich



Brian Kinsman est le maître assembleur d'une des distilleries les plus réputées d'Écosse. Il raconte les coulisses d'un métier clé dans l'industrie du whisky alors que sort sa dernière création : Grand Château, affiné en fûts d'un prestigieux vin de Bordeaux tenu secret…

PAR GUILLAUME REBIÈRE

Au cœur du Speyside, la distillerie Glenfiddich cultive la pure tradition du whisky écossais tout en réinventant régulièrement ses créations. Toujours indépendante et familiale, au pinacle de la maison William Grant & Sons, elle oscille entre la production en volumes (21 millions de litres au total chaque année) et des références très haut de gamme, tel le dernier Grand Château 31 ans (1 850 € le flacon). Brian Kinsman est le personnage central de cette alchimie : maître assembleur, il a déjà passé plus d'un quart de siècle dans le whisky, exclusivement chez Glenfiddich. Un sacerdoce !

The Good Life: **vous êtes-vous toujours destiné à travailler dans l'industrie du whisky ?**

Brian Kinsman : je suis entré chez William Grant & Sons en 1997 en tant que chimiste, pour la distillation notamment. J'avais suivi des études scientifiques à l'université de Saint-Andrews, qui reste plus célèbre pour son golf que pour la chimie ! Je n'ai jamais pensé que je pourrais devenir un jour *master blender [maître assembleur, NDLR].* Mais je faisais partie, avec beaucoup d'autres employés, du panel de nez, comme il en existe dans toutes les distilleries. Au début, j'organisais les échantillons, je compilais les données avant de moi-même participer. J'ai alors compris que j'avais peut-être des capacités. C'est l'opportunité qui m'a poussé vers l'assemblage.

Comment fait-on l'apprentissage de ce métier ?

J'ai commencé par apprendre auprès de David Stewart *[figure légendaire de William Grant & Sons, NDLR].* Il était réputé dans l'industrie depuis des décennies. Cela aurait pu constituer une pression pour moi, mais David est quelqu'un de très ouvert, très transparent. Nous avons tout partagé pendant huit ans, dégusté les mêmes échantillons, discuté nos points de vue. J'ai beaucoup appris à ses côtés avant d'être intronisé à mon tour maître assembleur en 2009.

Vous avez deux titres : maître assembleur et maître brasseur. Quelle différence ?

Il n'y en a pas en fait. Mon titre officiel est celui de maître assembleur, ce qui pourrait entraîner une confusion à propos d'une distillerie de single malt : nous n'assemblons pas, bien sûr. D'où les termes de *malt master* que nous avons accolés. À la fin, c'est le même job, celui d'assurer des standards constants pour nos whiskys. Je n'influence pas les caractéristiques essentielles de Glenfiddich, j'en prends soin. J'ai hérité de David Stewart, qui lui-même avait appris de son prédécesseur, et il en va ainsi depuis le début de l'histoire de la maison, avec William Grant. Ma fonction fondamentale est d'être le gardien de la qualité.

Comment pourrait-on définir le style Glenfiddich ?

Nous faisons des whiskys fruités. À chaque fois que j'arrive sur le site de la distillerie et que je marche depuis le parking, il y a cette odeur issue des cuves de fermentation, marquée par le fruit et un peu florale en même temps, qui est caractéristique de Glenfiddich. À la seconde où je la sens, je sais que tout va bien ! Après, ce que je cherche pour le 12 ans d'âge, la poire fraîche et la pomme verte, est différent de mes attentes pour le 18 ans, où le fruit sera plus riche et plus intense, et au-delà, on va vers les fruits secs. Glenfiddich, c'est ce voyage pour intensifier le même caractère fruité.

La part d'innovation se trouve-t-elle dans les éditions limitées, comme votre Grand Château de 31 ans ?

Oui, même si au début c'est toujours expérimental, sans plan défini, avec plusieurs options ouvertes. Par exemple, nous avons fait des essais avec des fûts de vin de Bourgogne, mais n'avons jamais sorti de produit. Tout prend beaucoup de temps dans le whisky. Pour Grand Château, nous avons rapporté les barriques de Bordeaux il y a une dizaine d'années. Après deux ans, nous avons compris que le whisky y maturait très bien. Au bout de cinq à six ans, le résultat était superbe, mais nous ne sommes pas pressés : je ne voyais pas le signe que nous avions atteint le pic de qualité. Vous ne savez jamais vraiment quel est le meilleur moment ! Nous avons finalement attendu neuf ans pour atteindre plus de profondeur et de

1. La salle des alambics de Glenfiddich, dans le Speyside.
2. Le maître assembleur Brian Kinsman dans ses chais.
3. Le Grand Château de 31 ans et son coffret, en édition limitée.



2

complexité. Et l'opportunité est apparue de faire entrer Grand Château dans la gamme des Grands Series.

Quel est le cru classé bordelais à qui vous avez racheté ces barriques ?

Je ne peux pas le dire, nous avons passé un accord. Nous savions qu'ils avaient des fûts de première qualité, parfaitement entretenus. Vous pouvez en acheter sur le marché, mais vous faites un pari. Chez eux, nous avons trouvé cette garantie et cette confiance.



3

Comment une marque mondiale comme Glenfiddich traverse le marché actuel ?

Nous sommes présents dans plus de 180 pays. Le marché est plus difficile en ce moment, mais il y a toujours des pays en croissance, l'Inde, par exemple, et même la Chine où il reste des opportunités. À la fin, nous vendons toujours plus chaque année…

Y a-t-il un pays où vous pourriez partir en vacances sans tomber sur un flacon de Glenfiddich ?

Pas beaucoup, c'est vrai, mais probablement que j'apporterais une bouteille avec moi pour lancer un marché ! ■

PHOTOS : SDP – JOHN PAUL / GLENFIDDICH

DIAGEO ET LE JEU DES 7 WHISKYS

Comme ses concurrents, au portfolio moins fourni, le leader mondial des spiritueux fait assaut de créativité dans un univers des whiskys contraint. Diageo a lancé l'an dernier sa collection Spirited Xchange, un florilège de sept flacons inédits en provenance des meilleures distilleries du groupe. La deuxième édition a été dévoilée en cette fin d'année, avec toujours pour objectif d'éditer des whiskys rares. *« Notre collection présente des single malts uniques qui repoussent les limites de la fabrication traditionnelle du whisky,* explique Stuart Morrison, le *master blender* de Diageo. *Cette année, elle explore encore plus en profondeur les différentes saveurs. Des techniques de maturation et des combinaisons de fûts inédites ont été utilisées pour proposer des liquides exceptionnels. »* Par exemple, chez The Singleton, le malt de 14 ans aux notes douces et épicées, baptisé Autumn Walk, a suivi un itinéraire de fûts étonnant : bourbon, vin rajeuni, chêne pyrénéen… Talisker a poussé le mariage de notes sucrées avec sa signature maritime dans le Tidal Churn 8 ans. Avec Grand Crescendo, Benrinnes propose, elle, la référence la plus ancienne de la collection avec un 21 ans ayant suivi plusieurs maturations différentes. **Les sept whiskys de la collection Spirited Xchange Deuxième Édition sont disponibles chez les cavistes, à partir de 98 € le flacon.**



Spiritueusement vôtre

Notre sélection de gin, tequila, rhum, whisky et cognac met à l'honneur des flacons recelant un véritable savoir-faire, où le temps, qu'il soit court ou long, est toujours maîtrisé.

PAR SYLVAIN OUCHIKH

BOMBAY SAPPHIRE (1)
London Dry Gin
Prix : 21,99 €
Le gin n'a jamais été aussi tendance. Il faut croire que les classiques, comme dans la littérature, ne meurent jamais. Ce dernier est atemporel. La forme et la couleur de la bouteille restent indentifiables entre tous les gins de sa catégorie. Il est composé de dix plantes infusées à la vapeur pour mieux faire ressortir les parfums. Il appartient à la catégorie dite « dry gin », avec beaucoup de fraîcheur et de tonicité. À consommer – avec modération – en cocktail, dans un Spritz rosé, un Gin tonic ou encore dans un indémodable Dry martini !

TEQUILA DON JULIO 1942 (2)
Distillerie Primera
Prix : 240 €
La tequila est devenue l'alcool blanc vedette aux États-Unis et elle est en passe de le devenir en France. Ce flacon est né en 2002 pour le 60e anniversaire de la distillerie. En créant sa marque, en 1942, le fondateur était loin de penser qu'elle s'inscrirait aujourd'hui parmi les plus réputées de sa catégorie. Cette bouteille est composée de 100 % d'agave bleu, le plus qualitatif. Récolté en altitude, il mûrit donc doucement. C'est sans doute pour cela que cette tequila se veut onctueuse, légèrement boisée, avec une finale vanillée et épicée.

LE PHILTRE (3)
Organic Vodka
Prix : 49 €
Voici une vodka 100 % française, puisqu'elle est élaborée dans la région de Cognac, par Maison Villevert, une distillerie charentaise très performante. Cette année, elle est proposée dans une collection capsule de 35 cl, imaginée par la créatrice de mode Delphine Delafon. La composition de cette eau-de-vie est simple : du blé tendre d'hiver biologique et une eau de source de Gensac. En bouche, elle n'est jamais agressive. Elle délivre de délicates notes de pain grillé. Elle est douce, avec une finale étonnante, légèrement lactée.

VODKA GREY GOOSE (4)
Altius
Prix : 200 €
Voici encore une vodka 100 % française. Preuve que la France est aussi le pays de cet alcool blanc. Elle trouve son originalité en altitude. L'eau pure étant un élément primordial dans la composition d'une bonne vodka, cette dernière puise cet élément naturel dans une source alpine. À base de blé tendre d'hiver de Picardie, elle doit son caractère au fait qu'elle est filtrée à une température de – 24 °C. En bouche, elle est très douce, avec une sensation enveloppante. La finale est longue, mais jamais agressive. À déguster glacée pour l'apprécier davantage.

WHISKY JOHNNIE WALKER (5)
Blue Label
Prix : 210 €
Blue Label est le flacon haut de gamme de la marque de whisky la plus vendue au monde, facilement indentifiable à son étiquette bleue et à sa forme rectangulaire. Il s'agit d'un blend, c'est-à-dire d'un assemblage des meilleurs distillats issus des distilleries du groupe. Toutes les eaux-de-vie entrant dans sa composition


3

ont au minimum 45 ans d'âge. Un exploit ! En dégustation, on est immédiatement séduit par un fruité intense, tout en suavité. L'impression se confirme en bouche avec des arômes de fruits secs, de chocolat amer et de fruits confits. La finale est longue et délicieusement épicée.

WHISKY DALMORE (6)
21 ans d'âge, édition 2024
Prix : 690 €
La particularité de cette distillerie écossaise est qu'elle utilise des fûts ayant contenu du vin pour confectionner ses whiskys. Elle établit pour cela des partenariats pérennes avec des producteurs prestigieux, comme la famille Symington, au Portugal (porto, madère, vins du Douro), ou la Bodega González Byass, réputée pour ses xérès. Cette édition finira son éducation dans un fût de xérès ayant servi pendant une trentaine d'années. La douceur domine dès les premiers parfums. C'est envoûtant de gourmandise. Elle serait incomplète sans un peu d'exotisme, comme le gingembre, qui lui donne une belle énergie. La finale est longue et ensoleillée.

WHISKY THE BALVENIE (7)
The Week of Peat,
14 ans d'âge
Prix : 119 €
Cette distillerie est située dans la région du Speyside, en Écosse, proche de la ville de Dufftown. Dans cette partie de l'Écosse, il est assez rare de trouver des whiskys tourbés. Ces derniers proviennent le plus



souvent des îles, dont la plus connue et la plus réputée se nomme Islay. Ce flacon est une exception pour la marque. La tourbe se veut élégante. Elle est subtile, sans sensation forte de fumée en bouche. Elle permet de mieux ressentir les parfums d'orange et de miel, avec une finale longue qui se termine sur des notes vanillées.

WHISKY ABERLOUR (8)
Small Batch, 17 ans d'âge
Prix : 225 €
Attention, ce whisky décoiffe ! Il titre quand même 58,8 %. Cela veut dire que le distillat n'a pas été réduit avec de l'eau pour atteindre les 40 %. Il est pur et sort directement du fût. C'est une édition limitée. Seuls les anges ont pris leur part pour abaisser le degré. La surprise est là. Il faut le laisser dans le verre un instant pour qu'il se révèle. Car malgré son caractère, il expose au nez des arômes de pomme tatin. La gourmandise nous emporte. En bouche, il a de la rondeur. On retrouve des zestes d'orange. Des épices, comme le poivre blanc, se positionnent sur la finale. Étonnant !

RON EMINENTE (9)
Reserva, 7 ans d'âge
Prix : 55 €
Quand cette marque, venue tout droit de Cuba, est arrivée sur le marché du rhum, elle a immédiatement fait bouger les lignes par la forme de son flacon, avec ses aspérités rappelant le crocodile, et par la qualité de son eau-de-vie. Cette dernière, très aromatique, éblouit immédiatement. Pour obtenir ce résultat, le *maestro ronero* utilise plus de 70 % d'aguardiente. En bouche, le rhum est savoureux, avec un mélange de parfums allant du café aux agrumes, avec une pointe de gingembre. Le tout est parfaitement équilibré, avec une finale légèrement sur le poivre.

COGNAC MARTELL (10)
Cordon Bleu
Prix : 179 €
Cette maison de cognac appartenant au groupe Pernod Ricard a de belles ambitions qualitatives pour l'ensemble de ses cuvées. Elle travaille d'ailleurs en relation étroite avec le chef triplement étoilé Alexandre Mazzia pour proposer des accords inédits et étonnants. Dans la gamme XO (10 ans de vieillissement minimum dans les chais), le Cordon Bleu est sa bouteille iconique depuis l'année de sa création : 1912. Ce cognac se distingue par des parfums de fleurs. En bouche, il est tout en rondeur, avec des notes de caramel et de cacao. La finale est portée par des épices légèrement torréfiées.

COGNAC COUTANSEAUX AÎNÉ (11)
XO, Grande Champagne
Prix : 220 €
Cette maison de cognac attire de nouveau l'attention. Elle avait presque disparu des radars. Pourtant, elle était déjà, en 1865, fournisseur officiel de la cour de Suède. Elle mérite aujourd'hui une attention particulière, car depuis sa reprise en 2015, les dynamiques propriétaires travaillent de manière remarquable. Coutanseaux Aîné ne propose que deux catégories de cognacs : XO et XXO. Ils sont issus uniquement des beaux terroirs de la Grande Champagne. Ce XO est élaboré avec des eaux-de-vie ayant vieilli 15 ans au minimum. Il est d'une grande douceur au nez. Très séduisant, il délivre des notes poivrées. Un léger grillé vient ensuite sur des parfums vanillés. Il possède une ample longueur en bouche, pour qu'on ne l'oublie pas.

COGNAC HENNESSY (12)
XO
Prix : 240 €
Dans la catégorie des cognacs, le XO d'Hennessy fait partie des indémodables. Il parcourt les décennies avec une désinvolture stupéfiante, car il a l'assurance de ses qualités. Le temps est un filtre incroyable. Il se charge de renvoyer les valeurs éphémères aux oubliettes et de placer les autres dans le royaume de la postérité. L'assemblage de différentes eaux-de-vie permet d'élaborer, depuis 1870, la recette imaginée par Maurice Hennessy et son maître assembleur Émile Fillioux. La robe ambrée est réconfortante. Elle aspire à la sagesse. Les fruits confits, comme l'orange, lui donnent de la gourmandise. En bouche, tout est équilibré, avec une finale complexe sur le cacao.

COGNAC FRAPIN (13)
Millésime 1998, 25 ans d'âge
Prix : 190 €
Cette maison est l'une des plus anciennes de la région. Elle est encore familiale. Tous les cognacs proviennent de son propre terroir de 240 hectares, situé en Grande Champagne. Pour ce flacon, le maître de chai, Patrice Piveteau, a laissé parler le temps. C'est souvent un élément essentiel dans l'élaboration de ce type de spiritueux. Cette eau-de-vie est d'une grande jeunesse. Elle est verticale, avec une énergie apportée par les parfums d'agrumes au nez (orange et citron). Cette vigueur est adoucie en bouche par les notes exotiques et la vanille. Ce cognac a de la stature. La finale semble interminable. C'est le propre des grandes eaux-de-vie.

PHOTOS : SDP - NICOLAS SPEHNLER / UNSPLASH



COFFEE-SHOPS

Si la manière de consommer le café s'est largement diversifiée, on le doit en partie à une nouvelle génération de lieux estampillés coffee-shops, qui s'emploient à proposer des cartes richement fournies en boissons à base de café. Souvent agrémentés d'un design d'intérieur travaillé, ces lieux proposent, outre l'offre liquide, un large assortiment de mets salés et sucrés, le plus souvent faits maison. Lorsqu'ils sont portés par un torréfacteur, ces néocafés sont évidemment la garantie que les cafés utilisés sont d'une grande qualité.

Le nouvel âge du café

Durant des siècles, le café a été consommé de manière quasi binaire, en expresso ou filtré, sans qu'on s'intéresse réellement à la qualité du produit ingéré. Aujourd'hui, un mouvement mondial visant à sa revalorisation donne de nouvelles perspectives au grain torréfié.

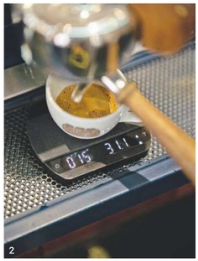
PAR OLIVIER RENEAU

Le café est arrivé en Europe grâce aux marchands vénitiens – la fameuse parenté italienne –, qui suggèrent, selon ce qu'ils ont pu observer sur les lieux de production, de le torréfier, puis d'en infuser les grains moulus afin d'en recueillir le jus. Cette recette est encore celle appliquée de nos jours, tandis que l'expresso a fait son apparition à la fin du XIXe siècle grâce à l'ingéniosité d'inventeurs français, puis italiens, qui trouvent un moyen d'augmenter le potentiel d'extraction d'un café. Pour faire simple, le café filtre concerne principalement l'usage domestique, tandis que l'expresso, en raison de l'équipement nécessaire – un percolateur à haute pression –, va demeurer un procédé pour ainsi dire réservé au secteur de la restauration. Pendant longtemps, on ne va pas trop se poser de questions sur ce qu'on ingère : l'essentiel est que la tasse donne le coup de fouet qu'on attend de la caféine pour bien démarrer la journée. L'expresso a cet avantage d'être, comme son nom l'indique, presque immédiat dans sa préparation comme dans sa dégustation. Si l'on a plus ou moins à l'esprit que le café est produit dans un pays tropical (Brésil, Colombie, Pérou, Éthiopie, Viêtnam…), le marchand de café comme le client ne se préoccupent pas vraiment de l'origine de celui qui est servi. *« Pendant longtemps, il n'y avait pas de valeurs pour le café. En fait, on ne parlait de rien, et d'ailleurs, on n'en savait pas grand-chose »*, souligne de manière un peu radicale Christophe Servell, le fondateur de Terres de café. Pour autant, dans les années 70, une visionnaire, l'Américaine Erna Knutsen, amorce un travail de fond pour viser à plus de qualité dans le *sourcing* et donc améliorer l'expérience de la consommation du café. La Specialty Coffee Association of America (SCAA) voit ainsi le jour avec pour objectif d'établir des barèmes de notation du café – un café noté plus de 80/100 est considéré café de spécialité, un 88+ est labellisé grand cru –, qui permettent de distinguer des singularités gustatives et les terroirs.

Une révolution lente à Paris

Un demi-siècle plus tard, l'association a pris une ampleur internationale et les agitateurs de café commencent à avoir gain de cause auprès des consommateurs, même si, en France, la révolution a mis du temps pour faire son œuvre. Fondateur, à Paris, de Coutume Café, l'Australien Tom Clark se souvient de son arrivée dans la capitale : *« Je suis venu pour mes études il y a une vingtaine d'années et j'ai été surpris de voir que le café servi était très différent de celui qu'on buvait en Australie. Le café avait souvent un goût de brûlé, à cause d'une torréfaction trop poussée, et les gens mettaient systématiquement du sucre pour cacher l'extrême amertume. »* En 2011, il lance Coutume et fait partie des pionniers du renouveau du café, prônant une torréfaction plus douce pour préserver la diversité des saveurs selon les origines. Et pour s'assurer de la diffusion, il crée son propre coffee-shop, à l'australienne, comme le feront la plupart des néotorréfacteurs. La dégustation du café évolue ensuite avec l'usage presque immodéré du lait, ou plutôt des laits. Nous, Français, avions la noisette et les Italiens, le cappuccino… mais aujourd'hui, les cartes des coffee-shops comptent une ribambelle de boissons lactées, autant à base de lait de vache que de laits végétaux, avoine en tête. *« En une dizaine d'années, la clientèle a considérablement*

1. Le Café Kitsuné d'Okayama, au Japon.
2. et 4. Terres de café, créée par Christophe Servell, propose les meilleurs crus de café.
3. Coutume Café, fondé à Paris par Tom Clark.
5. et 6. De'Longhi (5) est le leader de la machine à expresso du grain à la tasse (6).



2



3


4

évolué, en même temps que le développement des coffee-shops s'est accru. Nous observons une jeune génération qui ne met jamais les pieds dans un café traditionnel car elle n'y trouverait pas ses boissons favorites que sont le latte ou le machiatto », signale Christophe Servell. Si l'expresso est évidemment de mise pour produire ces boissons, les méthodes douces (Filtre V60, cafetière à piston…) sont devenues très tendance chez ce jeune public, moins porté sur les expressions marquées d'un expresso servi pur. Aussi, les cafés sont choisis selon leur profil aromatique plus ou moins fruité et sont torréfiés de manière à livrer le meilleur de leur caractère selon le mode d'extraction utilisé.

Retour en grâce du café en grain

Cette culture du café fait désormais partie intégrante de la « lifestylisation » de la société, au même titre que la gastronomie, et n'hésite pas à se frotter à d'autres univers comme celui la mode. L'exemple de Maison Kitsuné, à la fois créateur de mode et label de musique, est emblématique de ce métissage. *« L'histoire avec le café est partie de la passion de l'un des créateurs de la maison. Alors, pourquoi ne pas ouvrir un café, puis un autre ? En 2020, nous avons franchi le pas de torréfier nous-mêmes notre blend signature, et aujourd'hui, nous disposons de 35 cafés à travers le monde »,* explique Johanna Lelouche, à la tête de Café Kitsuné. À la maison, si les capsules Nespresso avaient engendré un véritable phénomène, qui a ouvert une nouvelle voie dans la manière de consommer le café chez soi – enfin un percolateur simple à utiliser –, un nouveau virage est en train de s'amorcer avec le développement des machines expresso à moulin intégré. *« Nous proposons ce type de machine depuis vingt ans, mais depuis l'épidémie de Covid, le marché a explosé et continue de progresser. L'approche est évidemment plus durable et permet d'utiliser n'importe quel café »,* fait-on remarquer chez De'Longhi. Forcément observateurs de cette montée en puissance du grain de qualité, les gros opérateurs se mettent au diapason, à l'image de Lavazza, qui a lancé la gamme 1895 Coffee Designers consacrée aux cafés de spécialité. De même, la marque française Méo, devenue en quelques années leader de la distribution de café bio dans l'Hexagone avec une très nette progression de son chiffre d'affaires, a, depuis peu, mis à son catalogue un café d'agroforesterie, ainsi que quelques cafés de spécialité en pure origine. S'il est tout de même difficile d'imaginer que les géants du secteur lâchent aussi facilement la manne que représente le café dit de commodité, le café de qualité n'en a pas encore fini d'exprimer tout son potentiel. Il suffit de goûter une infusion de cascara, la pulpe séchée de la cerise de café, d'ordinaire jetée, ou encore de feuilles de caféier, jamais cueillies, pour mesurer toute la richesse gustative qui s'ouvre à notre palais. ■


5


6

PHOTOS : CAFÉ KITSUNÉ - PAUL PERROT - MECDET CLEMENTINE - KAWA

192
The Good Car Saga
Maserati à travers temps, de l'historique A6 1500 GT à la GranTurismo Folgore, 100 % électrique.



196



The Good Factory
Deux motos électriques Can-Am au banc d'essai.

198



The Good Vintage Car
Fiat Panda : quand une voiture d'agriculteur est recyclée en voiture branchée.



204

The Good Watches
L'histoire des montres
rencontre celle de la montagne.



208

The Good High Tech
Plaud Note, plus qu'un
dictaphone, c'est un gadget
sans doute, mais intelligent.



200

The Good Test
Un avion français testé
en conditions réelles
par *The Good Life*.

The Good Toys

PAGES 190 – 209



1

Maserati et GranTurismo, un vieux couple qui se réinvente

Maserati vient de fêter ses 110 ans et maintient son dynamisme en lançant la GranTurismo Folgore. Durant les trois-quarts de son histoire, la marque au trident n'a eu de cesse de renouveler le genre des autos de Grand tourisme, les fameuses GT, qui caractérisent d'autant plus le constructeur qu'il a été l'instigateur de cette catégorie.

PAR OLIVIER RENEAU

Printemps 2024 : coup de tonnerre chez Maserati, qui révèle au public la première GT 100 % électrique de l'histoire, pour l'occasion baptisée GranTurismo Folgore (foudre, en italien). L'annonce est loin d'être anodine pour une marque qui a pour ainsi dire lancé la catégorie Gran Turismo il y a presque quatre-vingts ans. Depuis, la formule a largement été récupérée par des firmes souhaitant allier sportivité et confort, élégance et puissance, pour des modèles où l'on peut embarquer quatre personnes. Souvent, l'adoption du terme GT est devenue une déclaration claire d'un surgain de puissance pour des autos au départ plus communes. Mais « GT » devient aussi une dénomination dans l'univers de la compétition… En d'autres termes, le sigle GT va largement être employé pour vulgariser un esprit sportif en automobile.

Les frères des origines

Pour comprendre l'attachement de Maserati à la catégorie des « vraies » GT, il n'est pas inutile de revisiter l'histoire de cette firme aux aspirations très sportives nées au début du XX^e^ siècle, bien avant les Ferrari et Lamborghini. Maserati porte le nom d'une fratrie composée de Carlo, Bindo, Alfieri, Mario, Ettore et Ernesto, née entre 1881 et 1898. Cinq de ces frères (tous sauf Mario, qui dessinera tout de même par la suite le logo de la firme familiale) développent une passion effrénée pour la mécanique, ce qui les conduit à évoluer au sein de différentes firmes et écuries de course de cette industrie automobile naissante. En 1914, Alfieri décide de créer sa propre société, La Società Anonima Officine Alfieri Maserati, et y entraîne deux de ses frères (Ettore et Ernesto). La course est pour ainsi dire leur moteur et les autos, qu'initialement ils préparent, puis qu'ils conçoivent intégralement – dont l'iconique Tipo 26 –, font des miracles sur les circuits. D'ailleurs, les frères Maserati ne sont pas que des techniciens, ils prennent part aux compétitions derrière le volant. Alfieri va en mourir en 1932, des suites d'un grave accident survenu quelques années plus tôt durant la Coupe de Messine. Dès lors, la marque connaît des déboires, financiers et de concurrence, et passe en 1936 dans les mains de la famille Orsi, de riches industriels de Modène. Ce changement conduira, trois ans plus tard, à l'installation de Maserati – le nom ne change pas – dans cette ville d'Émilie-Romagne. À peine sortie de la Seconde Guerre mondiale, Maserati élargit ses ambitions et lance, en 1946, sa première voiture de route,







l'A6 1500 – « A », pour Alfieri et « 6 » pour le nombre de cylindres du moteur de 1 500 cm^3 –, que l'on qualifie au départ de « berlinette », mais qui s'avère très vite la première Grand tourisme de l'histoire. D'ailleurs, le nom va vite venir s'accoler au sigle GT sur l'une des variations. Cette dénomination ouvre ainsi la voie à une nouvelle catégorie, puisque Lancia l'utilise en 1954 pour sa Lancia Aurelia B20 GT, qui évolue en compétition, mais peut aussi rouler sur route au quotidien. Comme l'A6 1500 GT, la Lancia est un coupé équipé d'un hayon qui permet potentiellement de loger plus facilement des passagers sur une petite banquette arrière. Cette caractéristique d'une ligne arrière en *fastback* va perdurer, devenant un signe distinctif pour de nombreux constructeurs souhaitant inscrire des GT à leur catalogue : Aston Martin avec la DB2, Ferrari avec la 250, Triumph avec la MGB, Ford avec une variante de la Mustang, Saab pour les premières 900, et encore plus proche de nous, Bentley avec la fameuse Continental.

Le début de la série

Chez Maserati, c'est véritablement la sortie de la 3500 GT, en 1957, qui fait passer le pas au constructeur vers de la production en grande série. Ce modèle, dessiné par le carrossier Touring, délaisse le hayon au profit d'un grand coffre à plat, mais conserve néanmoins l'appellation, puisque son positionnement est véritablement celui d'une routière très performante au charme indéniable. Sa ligne va d'ailleurs connaître un vrai succès d'estime auprès de célébrités de l'époque, du prince de Monaco à Anthony Quinn, qui la plébiscitent. L'histoire raconte qu'elle sera même le point de départ de la commande très spéciale du chah d'Iran à la firme de Modène. C'est ainsi que la 5000 GT voit le jour deux ans plus tard. Ce coupé est équipé d'un V8 de 5 litres de cylindrée, qui développe 340 chevaux et peut atteindre les 270 km/h. L'auto est pour le moins radicale pour l'époque, également dans sa ligne, que d'aucuns jugent parmi les ▸

FICHE TECHNIQUE FOLGORE

- **Puissance :** 761 ch.
- **Couple max :** 1 350 Nm.
- **Batteries :** NMC li-ion 800 Volts.
- **Motorisation :** 3 moteurs de 300 kW (1 avant et 2 arrières).
- **Transmission :** intégrale.
- **Vitesse maximale :** 325 Km/h.
- **Accélération :** 0 à 100 km/h en 2,7 secondes.
- **Longueur :** 4,96 m.
- **Hauteur :** 1,35 m.
- **Largeur :** 1,96 m (sans les rétroviseurs).
- **Poids :** 2 260 kg.
- **Autonomie :** 435 km annoncés.
- **Temps de recharge :** 5 min pour 100 km d'autonomie.
- **Prix :** 199 950 €.

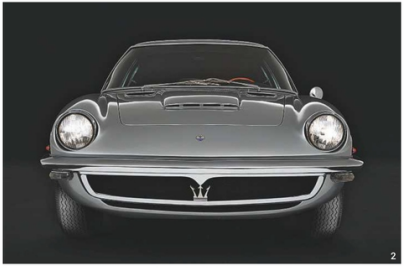
1. L'historique 3500 GT, produite de 1957 à 1964.
2. La 5000 GT, une version exclusive de la 3500.
3. Dans la série des A6, la 1500 est produite à 61 exemplaires entre 1947 et 1950.
4. La GranTurismo Folgore, 100 % électrique.

PHOTOS : DAVID DEMARIS – TIBO / THE GOOD CLICK – MASERATI



1

▸ plus réussies de l'époque : l'habitacle, abritant seulement deux places, semble émerger au milieu d'un capot et d'un coffre à la taille spectaculaire. Davide Grasso confiait dans un entretien paru il y a quelques années dans nos pages avoir comme premier souvenir de la marque précisément ce modèle, dans un vert proche du céladon, réalisé spécifiquement pour le chah.


2

Dans le sens du vent

Si au début des années 60, la Sebring s'inscrit dans cette lignée stylistique, la Mistral, lancée à la même période, amorce un design plus fluide, plus étiré, plus proche aussi de l'image que l'on se fait aujourd'hui d'une voiture de sport, voire d'une supercar. C'est aussi le début de la désignation des modèles à partir de noms de vents : suivront ainsi la Ghibli, la Bora ou encore la Khamsin, dont le design exprime clairement la puissance des voitures sans renier l'extrême élégance qui doit caractériser une GT. Dans le même temps, durant les années 70, tandis que la marque passe de main en main, Citroën puis De Tomaso, des modèles comme la Kyalami et la Mexico conservent les attraits pour le moins élégants d'un coupé à trois volumes. À noter d'ailleurs que durant la période au sein de la marque au double chevron, Maserati contribue largement à la mise en œuvre de la SM, authentique et unique GT de la firme française, mal-aimée durant un temps, mais aujourd'hui reconnue comme l'une des autos les plus iconiques au monde. Sous

l'ère De Tomaso, les plans visent plutôt à produire des autos plus économiques, et qui donc touchent un plus large public. La gamme des Biturbo va s'étirer sur treize années, avec pas moins d'une vingtaine de modèles, dont certains, à l'image de la Shamal, peuvent être rangés dans la catégorie des GT. Même si, pour être honnête, la ligne évoque plutôt la déclinaison en coupé d'une berline. Il faudra attendre le rachat par le groupe Fiat pour voir une nouvelle et véritable GT, la 3200 GT, s'afficher au catalogue.

Avec sa ligne à la fois racée et raffinée, l'auto est un vrai succès et relance cet attachement de Maserati à la catégorie, tandis qu'elle a dans le même temps auguré des fameuses Quattroporte, qui vont faire figure de classe à part entière. Mais ça, c'est une autre histoire ! Le nom GranTurismo est pleinement utilisé à partir de 2007, avec un modèle qui pose les lignes de ce que cette auto, même encore aujourd'hui, doit exprimer. Une voiture de près de cinq mètres de long, un habitacle permettant de faire voyager confortablement quatre personnes et des performances dignes d'une supersportive. Le modèle repensé en 2023 conserve les mêmes caractéristiques, et c'est sur cette base que la GranTurismo Folgore a pris forme. En raison de la technologie électrique, l'auto bénéficie toutefois d'un châssis dont la structure est tout à fait spécifique (T-Bone), qui permet de loger les batteries de la manière la plus efficiente possible pour alimenter le moteur avant et les deux moteurs situés à l'arrière. Justement, côté motorisation, la firme au trident avait ces dernières années habitué son public au V8, provenant de chez Ferrari, ou bien au fameux V6 maison, baptisé Nettuno, dont la sonorité est particulièrement caractéristique. Les 761 chevaux affichés par la Folgore ne marquent aucunement une baisse de régime d'un point de vue des performances, ce serait même plutôt l'inverse. Côté « musique », Maserati a fait plancher ses ingénieurs pour imaginer des émissions sonores propres à la Folgore et qui permettront de satisfaire les nostalgiques. Encore une fois, Maserati ouvre une nouvelle voie avec cette GT électrique, dans un contexte où l'industrie automobile continue pourtant de miser fort sur la catégorie des SUV. Gageons que cette audace incitera la concurrence à venir étoffer l'offre de marché des sportives, qui voient ainsi leur malus tout simplement annulé. ■

1. et 2. Maserati perpétue son succès en Gran Turismo avec la Sebring (1) et la Mistral (2), lancées au début des années 60.
3. La Khamsin, fabriquée de 1974 à 1982.
4. La Ghibli, commercialisée entre 1967 et 1973.
5. La supercar GranTurismo MC Stradale (2010).


3


4


5

PHOTOS : DR

GRAN TURISMO EN DATES

- **1914 :** Maserati est fondé par Alfieri Maserati, à Bologne.
- **1939 :** installation de l'usine à Modène.
- **1947 :** lancement de la 1re auto de route avec l'A6 1500 GT.
- **1957 :** 1re production en série avec la 3500 GT.
- **1959 :** 5000 GT.
- **1963 :** Mistral et Sebring.
- **1966 :** Ghibli et Mexico.
- **1968 :** Indy.
- **1970 :** Maserati, passé sous la coupe de Citroën, préside à la création de la SM.
- **1972 :** Merak.
- **1974 :** Khamsin.
- **1976 :** Kyalami.
- **1981 :** début de la longue série des Biturbo.
- **1998 :** retour des GT avec la 3200 GT.
- **2002 :** coupé (4200 GT et Gransport).
- **2007-2019 :** GranTurismo I.
- **2023 :** GranTurismo II.
- **2024 :** GranTurismo Folgore.



DATES CLÉS

- **1972 :** naissance de la marque avec des motos de cross et d'enduro.
- **1974 :** victoire de Can-Am au championnat de motocross américain en 250 cm³.
- **1987 :** arrêt de la production de motos et mise en hibernation de la marque pendant dix-neuf ans.
- **1998 :** retour au marché du tout-terrain avec le quad Traxter sous la marque Bombardier.
- **2003 :** Bombardier vend son activité véhicules récréatifs, qui devient BRP.
- **2006 :** adoption du nom Can-Am ATV pour les quads et véhicules de loisirs tout-terrain de BRP.
- **2007 :** Can-Am lance le Spyder, sorte d'hybride routier à trois roues, entre moto et roadster.
- **2024 :** retour à la moto avec le lancement des Pulse et Origin, 100 % électriques.

Le pari électrique du canadien Can-Am

Connu pour ses motos à trois roues et ses scooters des neiges, le groupe BRP remet en selle sa marque Can-Am pour attaquer le marché bourgeonnant de la moto électrique. Rencontre au siège, près de Montréal, avant un galop d'essai au guidon des Pulse et Origin, les deux nouveaux modèles lancés cette année.

PAR NICOLAS VALEANO

Valcourt est une petite ville à une centaine de kilomètres à l'est de Montréal. C'est là que se situe le plus gros producteur de véhicules de loisirs motorisés d'Amérique du Nord, BRP, qui a écrit une page à part dans l'histoire de la moto : sa marque Can-Am a gagné le championnat de motocross américain en 250 cm³ à deux temps avec Gary Jones en 1974, battant les Japonais. Une success-story qui dura jusqu'en 1987 avec la fin de la production de motos, avant que l'activité véhicules de loisirs ne soit vendue par sa maison mère Bombardier pour devenir BRP en 2003. Elle connaît un grand succès avec ses scooters des neiges Ski-Doo, des mers, Sea-Doo, les quads et petits buggys deux places *(side-by-side)*. Mais point de motos : le nom Can-Am est associé à des engins routiers à trois roues, les Spyder, assez uniques, mais bien loin de la moto conventionnelle. Jusqu'à cette année. Avec sa marque Can-Am, l'entreprise québécoise veut convaincre le monde qu'elle sera un des prochains acteurs d'un marché encore très marginal, celui des motos électriques. Deux modèles sont alors lancés : le roadster Pulse et le trail Origin, en attendant une gamme complète permise par un groupe motopropulseur électrique très flexible d'usage, signé du célèbre motoriste autrichien Rotax, qui appartient à BRP. Pour arriver à mettre au point ces deux premiers modèles, il aura fallu plus de trois ans de recherche et développement à une équipe de 40 techniciens et 80 ingénieurs, avec 150 000 kilomètres de tests. Et encore, BRP avait pris de l'avance, équipant déjà de cet ensemble batterie/convertisseur/moteur synchrone/gestion électronique quelques modèles électriques de motoneiges du groupe, sous la marque Ski-Doo. Le but n'est donc pas seulement la performance immédiate – plutôt la partie la plus aisée –, mais la durée dans le temps, quels que soient les conditions et l'usage. Pour cela, la maîtrise de tous les éléments du groupe motopropulseur est un atout à découvrir sur le long terme. Un gage de sérieux encourageant, mais tout le défi reste de convaincre les motards, nouveaux ou anciens, avec ou sans permis (A1 ou A2), de franchir le pas.

Les deux engins au banc d'essai

Le Pulse, premier modèle électrique routier de Can-Am, a beau arborer un look de roadster agressif, il se révèle immédiatement très facile à prendre en mains, maniable et accessible à tous les gabarits. Dans un léger bruit de transmission dû à la chaîne enfermée dans un carter étanche, le moteur Rotax délivre les accélérations canon qu'on est en droit d'attendre d'une motorisation électrique puissante (47 ch) et pleine de couple, sous le contrôle d'un antipatinage et d'un ABS Bosch efficaces. La vitesse de pointe limitée à 130 km/h est



1. à 4. L'usine québécoise de BRP (1) a remis Can-Am sur le métier, après dix-neuf ans d'arrêt, pour en sortir deux bolides électriques : Origin (3, à gauche) et Pulse (3, à droite).

atteinte rapidement, tandis qu'on joue avec plaisir avec les différents modes de conduite indiqués sur un écran XXL de 10,25" affichant Apple CarPlay de manière très lisible. Agissant sur la régénération lorsqu'on relâche et tourne à l'inverse la poignée de droite, on peut jouer d'un frein moteur électrique puissant à la demande, qui évite souvent d'avoir recours aux freins en usage normal. Amusant et efficace. On note un confort plutôt ferme sur cette moto, alors que la version trail Origin, plus souple, se montre plus douce sur route et permet facilement des escapades hors piste pour le fun. Aucune des deux n'est de toute façon destinée au voyage, avec une autonomie homologuée à 130 km en cycle mixte (Pulse) et une recharge demandant 50 minutes sur une borne de 6,6 kW. Comme leurs rares concurrentes, les trajets périurbains, voire la balade, seront plutôt leur domaine d'usage, pour des acheteurs qui devront être vraiment séduits : ils devront signer un chèque de 17 000 € minimum pour rouler avec ces engins originaux… C'est à peine moins que l'impressionnante LiveWire S2 Del Mar de Harley-Davidson et beaucoup plus que ce que propose Zero Motorcycles en entrée de gamme ou BMW avec son scooter CE 04. ■

FICHE TECHNIQUE

DES MOTOS PULSE & ORIGIN

- **Puissance maxi :** 47 ch.
- **Couple :** 72 Nm.
- **Transmission :** 1 rapport.
- **Batterie :** 8,9 kWh.
- **Autonomie WMTC :** 130 & 115 km.
- **Poids :** 175 & 187 kg.
- **Performances (0-100 km/h) :** 3,8 & 4,3 s.
- **Vitesse max :** 130 km/h.
- **Prix :** 16 999 & 17 599 €.

PHOTOS : BRP



3 questions à…

José Boisjoli

P-DG de BRP

Pourquoi avez-vous choisi la voie de l'électrique pour votre retour à la moto ?

Nous avons envisagé de refaire des motos à essence à de nombreuses reprises. Mais face à nous se trouvent de nombreuses marques très fortes, de grande qualité et avec de gros volumes de production. Il était difficile, pour être honnête, d'être compétitif dans le domaine des deux-roues à moteur à combustion en venant du Canada. Nous avons alors pensé que c'était le bon moment pour essayer d'être le Tesla du secteur du deux-roues. C'est ainsi que nous avons pris notre décision. Nous avions l'opportunité d'être l'un des premiers à sortir une moto électrique. Nous avons commencé à réfléchir à comment développer cette technologie avec un bon partenaire. Et au final, comme nous le faisons avec nos moteurs thermiques, nous avons décidé de développer toute la technologie nous-mêmes, ce qui permet une bien meilleure intégration.

Quel est le bon curseur pour définir la moto électrique idéale ?

C'est notre travail de définir le point idéal qui permet d'avoir un bon produit en matière d'équilibre, de rapport poids/puissance, mais aussi quelque chose qui soit attrayant pour un client à un prix raisonnable. Et je pense que nous offrons un bon rapport valeur/prix. À terme, la fabrication se fera dans notre usine mexicaine et l'électrification se déclinera sur différentes gammes de produits.

Quel public visez-vous dans un premier temps ?

La génération Z est un nouveau groupe de clients prêt à dépenser beaucoup d'argent et préoccupé par l'environnement. Nous pensons que la facilité de conduite des motos électriques, sans embrayage, est un atout pour cette clientèle potentielle.





L'icône de la pop culture automobile italienne

Alors qu'une nouvelle génération de Panda pointe le bout de son museau carré, la première génération, avec son design devenu iconique, est plus tendance que jamais. Un culte lancé par Giovanni Agnelli *himself*, dans les Alpes suisses.

PAR YAN-ALEXANDRE DAMASIEWICZ

Que serait la culture automobile italienne sans Giovanni Agnelli ? L'« Avvocato », qui a été propriétaire et dirigeant du groupe Fiat durant un demi-siècle, était un mythe dans une Italie qui voyait en lui son dernier roi. L'éternel play-boy était un pilier de la jet-set internationale et consommait les voitures de luxe comme aucun autre. « Gianni » se les faisait fabriquer sur mesure, qu'il s'agisse de Ferrari uniques ou de Fiat transformées en voitures de plage, avec carrosserie sans toit et sièges en osier – un type de voiture inventé pour lui lorsqu'il acheta la Leopolda, villa sur les hauteurs de Villefranche-sur-Mer, trop loin de la plage pour s'y rendre à pied… Alors quand, en 1993, il se mit en quête d'une nouvelle auto pour ses déplacements en villégiature d'hiver dans la station suisse de Saint-Moritz, on l'imagine volontiers passer commande de quelque extravagante création automobile. Les paparazzi ont dû être surpris de voir l'élégant Avvocato, vêtu d'une très chic combinaison beige, s'extraire d'une Fiat Panda 4x4 tout juste équipée d'une galerie de toit pour transporter ses skis. La petite Fiat est née en 1980 comme outil à tout faire pour les ouvriers et les agriculteurs. C'était une petite voiture économique, à la fois spacieuse, compacte, simple et pratique. Dessinée par « le » designer du XXe siècle, Giorgetto Giugiaro, la *« voiture à malices »* (son slogan de lancement en France), n'était pas franchement jolie avec sa ligne cubique, mais elle avait plus d'un tour dans son sac. Son intérieur déboussole et lavable, sa banquette arrière transformable en lit ou sa large étagère sous la planche de bord (avec cendrier coulissant) en faisaient la digne héritière d'une Ford T ou d'une Citroën 2CV. Cette première génération de Panda s'est vendue à 5,5 millions d'exemplaires en un peu plus de vingt ans et elles pullulent encore dans la campagne italienne, en témoigne le compte Instagram « Pandini nei paesini » (107 000 abonnés) qui documente quotidiennement ce morceau d'Italie…

Une Panda pimpée comme jamais

Capable de passer partout dans sa version 4x4 rehaussée et renforcée, elle était le premier choix pour tout montagnard italien pragmatique. Giovanni Agnelli lui ajouta du style : sa Panda était gris argent, rehaussée d'un filet de peinture noire et bleue, la signature de ses autos personnelles. Lorsque cette voiture, revendue par l'Avvocato en 2008, fut retrouvée une décennie plus tard, elle fut restaurée par Garage Italia, l'officine de personnalisation automobile créée par son petit-fils, Lapo Elkann. Ce dernier fit tendre les sièges de la Panda familiale du même tissu en laine qui était utilisée pour les costumes qu'affectionnait son grand-père, réalisé par la manufacture lainière Vitale Barberis Canonico, basée à Bielle, dans le Piémont. Cette auto a



été vendue aux enchères pour la bagatelle de 37 000 euros, lançant la mode des Panda « restomod », modifiées pour transformer l'utilitaire Fiat en un élégant objet pour happy few. Exemple de cette tendance : la Panda 4x4 Piccolo Lusso réalisée par le carrossier Niels Van Roij. Spécialisé dans la réalisation de voitures unique sur demande, le designer néerlandais a magnifié l'apparence de la voiture en peignant chaque pièce en plastique noir dans une élégante teinte Azzuro Blu, en tendant l'habitacle de cuir souple et de tissu, et en recouvrant le coffre de bois de teck. De son côté, Garage Italia a poursuivi sa démarche en commercialisant d'élégantes Panda converties à la motorisation électrique. Claudio Bambi, de Bambi Reimagined, explique l'engouement pour la personnalisation des Panda : *« C'est une voiture très polyvalente, avec ses lignes simples et emblématiques, elle peut conquérir le cœur de tout le monde. Et comme le disait la publicité, la Panda est la "voiture officielle pour faire tout ce que vous voulez". »* En témoigne sa création, l'inattendue Panda Materia, réalisée en collaboration avec le studio de design CasaGarage, transfigurée pour devenir une surprenante pièce de mobilier mobile. Kit carrosserie recouvert de velours lavable, pare-chocs en cuir de Florence, tissus intérieurs en cellulose/latex fournis par le japonais Uashmama, parquet dans le coffre, panneau de toit en Plexiglas foncé, matelas de capot pour la transformer en fauteuil géant : cette petite Fiat se vit aussi bien dedans que dehors. *« La philosophie de la Panda Materia est d'utiliser des matériaux non conventionnels dans le monde de l'automobile ou, en tout cas, non utilisés de manière conventionnelle. La Panda Materia est une véritable expérience qui stimule les sens – le toucher, l'odorat et la vue »*, raconte Claudio Bambi. Cette Panda Materia, dont le premier exemplaire a demandé six mois de travail, est désormais disponible sur commande, à partir de 27 000 euros pièce. Chacune sera unique ; à votre tour de faire ce que vous voulez de la Panda. ■



1. à 3. La Panda Materia de Claudio Bambi, créée avec des matériaux non conventionnels.
4. La Grande Panda : nouvelle version électrique.



3 questions à…

Vittorio David Di Nepi

Fondateur du compte Instagram Pandini Nei Paesini.

Que représente la Panda, pour vous ?

La Panda est liée à certains de mes meilleurs souvenirs d'enfance, comme laver la Panda Young de mon cousin à une fontaine de notre quartier, à Rome. C'est l'une des dernières voitures véritablement conçues pour durer et pour être simples, une petite auto à tout faire, pour la classe ouvrière, aux nombreux usages. Aujourd'hui, on ne les voit plus autant en ville, mais elles sont les personnages principaux de la campagne et des villages de montagne italiens. C'est pourquoi je collectionne des photos d'elles dans des contextes aussi uniques.

Comment expliquer que cette auto née en 1980 soit toujours aussi populaire ?

Elle est toujours là après plus de quarante ans, différentes générations l'ont utilisée et maintenant que le temps a passé, elle a évolué de son statut de « voiture de m… » pour devenir l'équivalent des années 80 et 90 de la 500, tout en n'étant pas aussi mignonne que sa petite devancière. La Panda n'a pas besoin de *dolce vita* : elle représente l'Italie la plus réelle et la plus typique.

Que pensez-vous des restomod réalisées sur la base de Panda ?

Je ne suis pas un amateur de restomod, mais c'est ce qui arrive avec les icônes de la pop culture et je suis heureux que la Panda en soit devenue une. Certains sont très créatifs et intéressants, mais il est important de garder à l'esprit que la valeur de la Panda repose sur une simplicité conçue pour son public cible, la classe ouvrière. C'est pourquoi les gens l'utilisent encore pour faire le tour du monde et qu'un mécano afghan saura aussi bien la réparer qu'un norvégien.

LA NOUVELLE FIAT GRANDE PANDA A TOUT D'UNE GRANDE

Comme son nom l'indique, la nouvelle Grande Panda est une Panda… en plus grand ! Sous son look rétro faisant de nombreux clins d'œil très appuyés à son aïeule cubique se cache la plate-forme de sa cousine Citroën C3, avec une motorisation électrique de 113 ch offrant 320 km d'autonomie. Un moteur microhybride arrivera par la suite, tout comme une déclinaison SUV et SUV coupé. On adore sa signature lumineuse façon pixels et ses matériaux à base de fibre de bambou à l'intérieur, et aussi le changement de philosophie de Fiat qui a retiré le triste gris de son nuancier. Tant pis pour les héritiers d'Agnelli, mais Garage Italia a déjà imaginé une version virtuelle de la Grande Panda rendant hommage à celle de l'Avvocato. Affaire à suivre ?

PHOTOS : SDP - ANDREA ASTROLOGO



1

Elixir, l'avion qui fait école

Le biplace fabriqué par le constructeur français Elixir Aircraft coche toutes les cases de l'aviation nouvelle génération. Léger, économe, silencieux et extrêmement sûr, il propose une solution attractive aux écoles de pilotage à l'heure où il faut former de nombreux pilotes. Bienvenue à bord pour un vol d'essai, direction l'île de Ré.

PAR SOPHY CAULIER

Le bulletin météo de ce mardi matin annonçait un léger vent d'est, un ciel dégagé et une température qui monterait dans l'après-midi. Les conditions étaient réunies pour que le vol se déroule parfaitement et qu'il soit agréable. Au parking, devant le hangar d'Elixir Aircraft sur l'aérodrome de La Rochelle, Anne Labbé, la – très – jeune pilote démonstratrice, me présente l'avion et m'expose les différences qui existent avec les appareils sur lesquels j'ai l'habitude de voler. Ces explications sont loin d'être inutiles, car l'Elixir diverge des classiques avions d'aéroclubs, conçus il y a quarante ou cinquante ans, sur bien des points. Première – bonne – surprise, il n'est pas nécessaire de se hisser pour entrer dans le cockpit, car l'emplanture de l'aile est à peine plus haute que le genou. Les sièges se règlent depuis l'extérieur, plusieurs positions assurent à tous les formats de pilote d'être à la fois bien assis et à la bonne distance des palonniers et autres commandes. Une fois installée à ma place, c'est la verrière – s'ouvrant d'un seul tenant vers le capot avant – qui me séduit. Elle offre un large champ de vision, tant en latéral qu'au-dessus de l'appareil. C'est agréable, bien sûr, mais c'est surtout un facteur de sécurité, car cela permet de surveiller facilement son environnement.

Légèreté, maniabilité, sécurité

Place au vol ! L'Elixir est équipé d'un *« glass cockpit »*, qui remplace les instruments à aiguilles par des écrans, et d'un système Garmin G3X complet, qui rassemble toutes les informations nécessaires au pilotage et à la navigation. Léger, même avec le plein de carburant, l'avion décolle facilement et nous voilà parties sur l'océan, direction l'île de Ré. Après m'avoir laissée piloter l'appareil et tester sa manœuvrabilité, Anne Labbé reprend les commandes pour me montrer que, malgré tous ses efforts pour faire partir l'avion en vrille, rien n'y fait, le décrochage reste parfaitement symétrique et facilement récupérable. *« L'avion pardonne beaucoup, il a été conçu pour résoudre de nombreux problèmes de sécurité et éviter un maximum de risques »*, confirme la jeune pilote. Muni d'un parachute, l'appareil possède, entre autres dispositifs de sécurité, une boîte noire et un réservoir antiexplosion d'un seul tenant, en fibre de Kevlar, logé dans les ailes. Ce souci de la sécurité séduit particulièrement les écoles de pilotage, mais aussi les pilotes d'avions légers. Ce n'est pas un hasard si les premiers clients d'Elixir Aircraft sont les aéroclubs et les écoles,

FICHE TECHNIQUE

L'Elixir est un avion biplace, certifié CS-23 par l'European Aviation Safety Agency (EASA) et en attente de la certification de la Federal Aviation Administration (FAA). Il existe en deux versions, équipé d'un moteur Rotax 912iS (100 CV) ou 915iS Turbo (140 CV). Conçu en fibre de carbone, il est particulièrement léger, sa masse maximale au décollage (MTOW) est de 630 kg. Il doit cette légèreté à ses ailes fabriquées en fibre de carbone et en un seul morceau (OneShot) et à la réduction drastique du nombre de références. L'Elixir est composé d'environ 900 pièces, là où un Cessna en compte 16 000. Il consomme entre 9 et 15 litres de l'heure d'essence sans plomb là où les avions à pistons actuels consomment le double d'essences spéciales (AVGAS 100LL ou JET A-1). Ces caractéristiques contribuent à baisser son coût d'exploitation horaire à 40 € contre 160 à 180 € pour les anciennes générations, de quoi séduire les écoles et... les élèves pilotes. Prix : 400 000 €.

1. et 3. La pilote et démonstratrice Anne Labbé aux côtés de notre journaliste Sophy Caulier, également pilote, parties pour tester l'Elixir.
2. Le F-HLIX, l'un des premiers modèles d'Elixir, survolant les marais salants de l'île de Ré.



2



3

en France bien sûr, où l'Airbus Flight Academy a choisi l'Elixir pour compléter sa flotte d'appareils destinés à la formation des jeunes pilotes, mais aussi à l'étranger. Les grandes écoles de pilotage nord-américaines ont multiplié les précommandes avant même que l'avion soit certifié par la FAA, l'agence américaine de sécurité aérienne. L'école Sierra Charlie, en Arizona, en a ainsi précommandé 100 !

Les défis d'avenir

Au printemps 2024, la société a bouclé un financement de 40 millions d'euros pour soutenir ses projets de croissance sur les cinq prochaines années. Au menu, une toute nouvelle usine à haute efficacité énergétique sur le site de La Rochelle, où la société est implantée depuis sa création en 2015, une usine d'assemblage en Floride pour le marché américain, et le recrutement de plusieurs centaines de personnes. Pour la suite, Elixir Aircraft parle d'un avion quatre places, d'utilisation de carburant *sustainable aviation fuels* (SAF) ou d'avion à hydrogène… La société participe à un projet sur ce dernier sujet en partenariat notamment avec la Direction générale de l'aviation civile (DGAC), Daher, Safran et Air Liquide. ■

PHOTOS : CHARLES PATERNAULT - SDP / ELIXIR AIRCRAFT - ANNE LABBÉ

3 questions à…

Arthur Léopold-Léger

CEO et fondateur d'Elixir Aircraft.

Qu'est-ce qui vous a amené à créer Elixir Aircraft ?

C'est un peu une histoire de famille. Mon arrière-grand-père a été le premier à voler entre la Martinique et la Guadeloupe en 1946. Mon frère est pilote professionnel, mon père est aussi passionné de voile que d'aviation et je suis pour ma part ingénieur en aérospatiale. J'ai passé du temps avec mon père lorsqu'il travaillait avec Dyn'Aéro, qui faisait des avions en kit. J'ai vu qu'il y avait un vrai potentiel pour une nouvelle génération d'avions, à condition d'industrialiser leur fabrication. C'était l'occasion de concevoir un avion plus fiable, plus sûr, moins bruyant, plus sobre et plus facile à maintenir que les appareils conçus il y a cinquante ans, et d'intégrer des innovations comme le carbone.

Quels ont été les principaux défis à relever pour créer l'Elixir ?

Le premier a été la certification. L'Europe voulait bien certifier l'avion, mais il nous fallait d'abord un agrément de production que nous ne pouvions pas obtenir si l'avion n'était pas certifié ! Il a fallu du temps pour sortir de ce cercle vicieux, ce qui prouve que nous avions perdu le savoir-faire et qu'il n'y avait pas eu de nouveau constructeur d'avions en France depuis longtemps… Tout cela a été résolu en 2020. Aujourd'hui, nous attendons la certification de l'agence américaine de sécurité aérienne, la FAA, pour démarrer la commercialisation aux États-Unis, où le marché des écoles est très demandeur.

Et quels sont les défis à venir ?

Aujourd'hui, le principal défi est le passage à une autre échelle de production. Nous visons un rythme de un avion par semaine début 2025, puis 300 appareils par an. Nous devons donc baisser le nombre d'heures de production d'un appareil, actuellement de 4 000 heures. C'est pour cela que nous regroupons nos moyens de production dans une nouvelle usine à La Rochelle et que nous créons une usine à Saratoga, en Floride, pour assembler les avions destinés au marché américain dès que l'Elixir y sera certifié.



1

Comment Dacia est devenue une marque cool

Le constructeur low cost du groupe Renault a changé son image et conquis le marché européen grâce à une montée en gamme éclaire. Avec le Bigster, il défie désormais les cadors de l'automobile.

PAR RÉMY DESSARTS

Il a beau tout faire pour cacher sa joie, on voit bien que Denis Le Vot, l'énergique directeur général de Dacia, jubile. Il y a seulement cinq ans, qui aurait parié que l'un des modèles de la filiale du groupe Renault, le Sandero, serait champion toutes catégories du marché européen ? Et qui aurait imaginé qu'un dérivé ultrasportif du Duster s'élancerait bientôt sur les pistes du Dakar avec, à son volant, le roi des rallyes Sébastien Loeb ? Pas grand monde. Faire mentir les Cassandre et les sceptiques, cela a souvent été un puissant motif de satisfaction. On comprend pourquoi le dirigeant, joint en visioconférence pendant les essais du nouveau modèle Bigster, à Berlin, affiche un sourire de vainqueur.

Avec ses équipes, il récolte les fruits d'une stratégie audacieuse et parfaitement exécutée, destinée à faire monter en gamme la marque ultralow cost originaire de Roumanie. Sans renoncer au positionnement historique imposé par l'ancien président de Renault, Louis Schweitzer, qui a fait son succès : être moins cher que la concurrence. Tout a fonctionné comme dans un cas d'école. Les ventes ont progressé et des acheteurs plus aisés ont commencé à s'intéresser à ces voitures plus cossues, mieux équipées. *« 50 % de notre croissance se fait par la conquête de clients qui se ruent sur nos nouveaux modèles haut de gamme »*, se félicite Denis Le Vot. Spring, Sandero, Jogger, Logan, Duster… chacun dans leur segment, les modèles de Dacia se sont fait une place. *« Nous sommes devenus la première marque de vente aux particuliers en France,* poursuit le dirigeant, *16 % de ceux qui achètent une voiture avec leur argent optent pour une Dacia. En Italie, nous vendons plus de voitures à des particuliers que Fiat. Désormais, on voit la marque dans la rue, particulièrement les nouveaux modèles. Souvent, votre voisin roule en Dacia ! »* Le vilain petit canard des Carpates est donc devenu un acteur majeur de l'industrie automobile, représentant même 29 % des ventes totales du groupe Renault en 2023.

Territoire de marque

Tout est parti d'une impulsion donnée par Luca De Meo, le directeur général du groupe Renault, peu de temps après avoir pris ses fonctions en juillet 2020. *« Quand je suis arrivé, c'était comme si une main était posée sur la tête de la*

1. et 2. Avec son toit ouvrant et son habitacle virtuellement agrandi, le nouveau Bigster joue à fond la carte de la voiture familiale.
3. Le Sandrider sera au départ du Dakar 2025.



2



3

marque, nous raconte-t-il. *Au nom d'une sorte de hiérarchie verticale, Dacia ne devait pas concevoir des voitures plus grandes que la première Renault. Je pensais qu'il fallait casser cette approche. Selon moi, chaque marque doit avoir son propre territoire. C'est pourquoi j'ai pris la décision de faire une voiture du segment C comme le Bigster. »* Ce SUV long de 4,6 mètres est réalisé à partir de la plate-forme des Clio et des Captur de Renault. Il cible des concurrentes huppées comme la Peugeot 5008, la Nissan X-Trail ou la Volvo XC60. Mais en restant 20 % moins cher, selon Luca De Meo. Le dirigeant assume également d'avoir poussé la marque sur les pistes du Dakar. *« Il faut montrer que Dacia fait des voitures robustes, joue la gagne en compétition,* argumente-t-il. *Au début, les équipes n'y croyaient pas. Maintenant, tout le monde est très fier de cette participation. Je voulais leur donner la liberté de le faire. »* Ce bouleversement culturel s'est aussi joué sur des symboles. *« Quand je suis allé en Roumanie pour la première fois, j'ai constaté que, sur un mur de la salle du board, Renault Group était écrit en grand et Dacia en petit, en blanc sur fond blanc,* se rappelle Luca De Meo. *Je leur ai demandé de faire l'inverse en vue de ma prochaine visite. Je leur ai aussi dit d'utiliser la couleur kaki, qui est celle de l'outdoor. En fait, je voulais qu'ils prennent en main leur identité. »*

Créer de la valeur autrement

Au-delà de l'image, la réflexion sur l'évolution des produits a été décisive. *« Évidemment, nous devons être plus compétitifs que nos concurrents,* poursuit le dirigeant de Renault. *Mais cela ne veut pas dire être* cheap, *cela veut dire créer de la valeur, mais d'une autre façon : pour le même prix, la voiture en donne plus. »* Certes, Dacia est devenue plus autonome dans son fonctionnement, mais le support du groupe reste déterminant. La marque peut piocher à volonté dans le stock de composants développé en France. Cela permet d'aller plus vite et de réduire les coûts. Cela simplifie aussi grandement la vie des concessionnaires Renault qui distribuent Dacia. Ce qui n'empêche pas, à l'inverse, Luca De Meo de solliciter le savoir-faire « low cost » des ingénieurs Roumains. *« Lorsque, dans l'équation d'un projet, le coût de la pièce, de la plate-forme ou de la technologie joue un rôle très important, j'ai tendance à me tourner vers les équipes de Dacia, dont le regard va être beaucoup plus simple,* argumente-t-il. *L'essence de l'ingénierie, c'est de faire plus avec moins. »* Au moment où l'industrie automobile est secouée par les turbulences de la transition vers l'électrique, Renault peut se féliciter d'avoir réussi ce retournement. Un cas d'école. ■

DATES ET CHIFFRES CLÉS

- **1966 :** création de la marque.
- **1999 :** Renault Group rachète Dacia.
- **2004 :** lancement de la berline familiale Logan.
- **2008 :** Sandero.
- **2010 :** SUV Duster.
- **2021 :** Spring 100 % électrique
- **2022 :** Jogger.
- **2025 :** SUV Bigster.
- **658 M € :** CA 2023.
- **156 390** voitures vendues en France en 2023.
- **658 321** voitures vendues dans le monde en 2023.

3 questions à…

Denis Le Vot

Directeur général de Dacia.

Quel était l'état de la marque quand vous avez pris le volant ?

Son positionnement était relativement clair. Nous faisions des voitures avec des investissements limités en récupérant des composants de la maison Renault et en les vendant sans faire de remises. Avec une connotation pas très positive sur le design et un doute sur la qualité lié à ses origines roumaines. Seuls des modèles comme le Duster nous tiraient vers le haut.

Comment vous y êtes-vous pris pour transformer son image ?

Nous avons d'abord réfléchi à « ce qui est » Dacia et à « ce qui ne l'est pas » pour définir des marqueurs.
Le premier, c'est « robuste et outdoor » : le modèle Sandero Stepway en est une illustration. Le deuxième, c'est « essentiel mais cool » : dans une Dacia, il n'y a pas quarante écrans ni des capteurs partout, il y a juste ce qu'il faut. Cela permet au Bigster de peser 150 kg de moins que ses concurrents. Le troisième, c'est « écosmart », éco voulant dire écologique et économique.

Comment cela se manifeste-t-il dans la gamme ?

Nous avons d'abord changé notre logo, qui faisait un peu Europe de l'Est. Nous avons aussi changé nos couleurs. Vous pouvez voir des voitures kaki ou sable avec rétroviseurs teintés cuivre. Et le nouveau Duster dispose de motorisations hybrides. Cela fait beaucoup de chemin parcouru en quatre ans pour bouger le barycentre d'une marque, mais, coup de bol, le marché vient vers nous ! Qu'une voiture soit moche ou belle, il y a de plus en plus de gens qui cherchent une mobilité abordable.

PHOTOS : FRÉDÉRIC SCHLOSSER - MDH PHOTOGRAPHY S.R.O.



1

Montagne mécanique

Devenue très tôt une activité traditionnelle en Suisse, grâce aux orfèvres qui s'y sont installés et développés, l'horlogerie entretient un lien avec les Alpes qui n'est plus à démontrer.

PAR NICOLAS DEMBREVILLE

Besançon, Le Locle, Genève, Bienne, Le Brassus… la plupart des capitales historiques de l'horlogerie ont vue sur les sommets. Pas très étonnant pour une industrie, aujourd'hui principalement localisée en Suisse et qui a pour capitale mondiale La Chaux-de-Fonds. Car c'est bien des deux côtés du Jura, en Suisse et en Franche-Comté, que se développe l'industrie horlogère au XVIIIe siècle. D'autres grands pôles horlogers ont vu le jour aux États-Unis, en Angleterre, en Allemagne, au Japon et aux Pays-Bas, à des endroits au relief souvent plus plat, mais ils n'ont pas toujours perduré. Ceux qui ont résisté au temps qui passe sont montagnards, comme s'il s'agissait d'un principe fondamental. La Suisse est un pays où les montagnes occupent le tiers du paysage. Cette proximité avec les sommets imprime fortement l'esprit horloger depuis des siècles. Alpina et Montblanc portent cet ADN jusque dans leur nom. Mais, Longines, Chopard, Ebel, H. Moser & Cie., Rolex, Tissot ou encore Victorinox sont tout aussi fermement monticoles.

L'alpinisme en vedette

Passionnées de sport, les maisons horlogères s'investissent aussi massivement dans les disciplines pratiquées en haute altitude, et en premier lieu l'alpinisme. Les montres grimpent la montagne depuis des lustres. Dès les années 30, Rolex équipe des expéditions himalayennes. L'objectif : observer le comportement des montres dans les conditions extrêmes. Les retours des explorateurs font progresser la technique horlogère. Par la suite, la marque à la couronne se targue d'être, en 1953, la première à avoir gravi l'Everest, *rooftop* des alpinistes, sommet le plus élevé du monde (8 849 m). À l'époque, c'est un modèle *Oyster Perpetual* qui accompagne Edmund Hillary, alpiniste néo-zélandais et son sherpa népalais Tensing Norgay. L'expédition était aussi pourvue en montres Smiths, une marque britannique. Profitant du retentissement de cette ascension, Rolex sort son modèle *Explorer* dans la foulée. Plus évoluée, cette montre est devenue une légende. À sa simple évocation, les amateurs de grimpette sentent l'oxygène se raréfier, le froid les envelopper et le plancher

QU'EST-CE QU'UNE MONTRE DE MONTAGNE ?

Un bon garde-temps alpin doit être robuste, résister aux chocs, ainsi qu'aux températures extrêmes avec une huile de mécanisme qui ne fige pas, être étanche au minimum à 100 m, présenter une grande résistance aux champs magnétiques (notamment pour les expéditions polaires), être fiable et précis. S'il peut, en outre, afficher la date et le cycle de la Lune, c'est encore mieux. Cela permet de conserver la notion du temps qui s'écoule, même quand la météo se fait infâme ou quand le soleil ne se couche plus. Ed Viesturs, alpiniste qui a gravi tous les sommets de plus de 8 000 mètres sans oxygène, porte une Rolex *Explorer II. « Ma montre est une pièce importante de mon équipement. Elle garantit ma sécurité, elle ne doit donc jamais tomber en panne. Elle est, en outre robuste, résiste aux chocs et son cadran blanc est facile à lire »*, précise-t-il. Sylvain Dolla, CEO de Tissot, confirme : *« Une montre d'altitude doit être résistante. Notre collection* T-Touch *en titane, est dotée de cellules solaires sur son cadran. Elle garantit six mois d'utilisation, soit le temps d'une expédition. Elle propose le suivi d'activité physique, le rythme cardiaque, ainsi qu'un altimètre. »* Enfin, Laurent Lecamp, dirigeant de la division horlogère de Montblanc, ajoute : *« En montagne, il faut un chronographe pour calculer ses temps de montées. Notre montre* Geosphere Chronograph 0 Oxygen *(sans oxygène) évite, de plus, que l'oxydation et l'humidité ne s'immiscent. »*



2



4

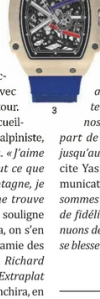


5

1. En 1953, l'alpiniste Edmund Hillary, ici avec son sherpa Tensing Norgay, accompagné d'une Rolex lors de l'ascension de l'Everest.
2. Corinne Suter, championne du monde de descente, est une amie de la maison Hublot.
3. La tricolore *RM 67-02 Alexis Pinturault*, de Richard Mille, inspirée par le skieur alpin.
4. *L'Explorer I*, de Rolex, assure une fiabilité dans les conditions les plus extrêmes.
5. *L'Alpiner Extreme Automatic Freeride World Tour*, d'Alpina, maison suisse fondée en 1883.

PHOTOS : GDP – ALFRED GREGORY / ROYAL GEOGRAPHIC SOCIETY

des vaches se dérober. *« Chez Tissot, nous avons aussi une montre pionnière de l'Everest : la* Seastar T12, *étanche à 120 mètres. Cette sportive née en 1956 est portée par Nawang Gombu, instructeur à l'Institut d'alpinisme de l'Himalaya, à Darjeeling, quand il atteint le toit du monde en 1963 »*, rappelle Sylvain Dolla, le CEO de Tissot. Aujourd'hui, l'attrait pour les hauteurs reste si fort que certaines manufactures sans liens historiques avec la montagne s'engagent à leur tour. Ainsi, Richard Mille vient d'accueillir son premier ambassadeur alpiniste, le Français Charles Dubouloz. *« J'aime repousser les limites dans tout ce que j'entreprends. À flanc de montagne, je recherche l'intensité que je ne trouve pas dans la vie "horizontale" »*, souligne le jeune homme. Ce discours a, on s'en doute, séduit la manufacture, amie des sportifs les plus pointus. La *Richard Mille RM 67-02 Automatique Extraplat* sera à son poignet lorsqu'il franchira, en 2025, un nouveau sommet au Pakistan ou quand il tentera, cet hiver, la « trilogie des Alpes » françaises. Plus inattendu encore, la manufacture Panerai, aux racines florentines, spécialiste des instruments de plongée, se lance à son tour et suit son héros préféré : Mike Horn. Le programme Panerai Experience, propose aux propriétaires de la nouvelle *Submersible GMT Titanio Mike Horn Experience Edition PAM01670,* limitée à 30 exemplaires, d'escorter l'aventurier au Bhoutan, petit pays situé en pleine chaîne de l'Himalaya. Le *trip* promet de *« mettre à l'épreuve les limites mentales et physiques des invités via de vertigineux treks himalayens »*, notamment.



3

Le ski sous toutes ses coutures

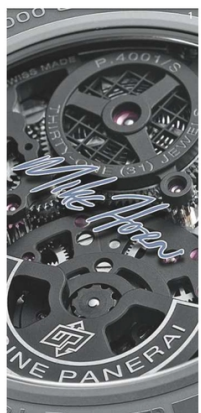
Bien entendu, le ski est aussi un classique très présent dans l'univers des manufactures qui soutiennent diverses disciplines – descente, freeride ou surf –, ainsi que divers champions. Longines est associée au ski alpin depuis le début du XXe siècle. Aujourd'hui, elle est le partenaire principal de la Fédération internationale de ski (FIS). Elle chronomètre ainsi le circuit de la coupe du monde et le Championnat du monde de ski alpin FIS. Alpina est, quant à elle, partenaire et montre officielle de la Fédération française de ski, qui représente 100 000 skieurs et 900 clubs. Fidèle à son esprit frondeur, la marque est aussi, depuis 2018, chronométreuse officielle et partenaire horloger du Freeride World Tour. Cette compétition lance les champions hors des pistes, sur des champs de neige poudreuse. *« Tous nos amis pro de la montagne – moniteurs, alpinistes, skieurs –, testent nos montres en situation. Ils font part de leurs perceptions et influent jusqu'au design de nos montres,* se félicite Yasmina Pedrini directrice communication et marketing d'Alpina. *Nous sommes aussi très attachés à la notion de fidélité. C'est pourquoi, nous continuons de soutenir nos athlètes lorsqu'ils se blessent. »* La manufacture Hublot est ▸

VACHERON CONSTANTIN AU SOMMET

Ceux qui ont de Vacheron Constantin l'image d'une manufacture classique se fourvoient. Pour sa famille sportive *Overseas*, elle s'est ainsi rapprochée de Cory Richards, un aventurier photographe écorché vif, passionné d'alpinisme, de nature et d'animaux. L'iconoclaste jeune homme est en effet une « gueule cassée ». Jeune, il a vécu dans la rue, s'est largement drogué, a même sombré dans l'alcoolisme… En 2011, emporté par une avalanche sur les flancs du Gasherbrum II, dans le massif de l'Himalaya, il frôle la mort. *« Bloqué sous des amas de neige, j'ai attendu plusieurs heures que la montagne m'avale »*, se remémore-t-il. Il en réchappe et se photographie, la neige encore collée sur le visage. Posté sur le Web, cet autoportrait devient iconique. Cory accède à des contrats lucratifs. Il travaille notamment pour le magazine *National Geographic*. Ce rapprochement montre que l'on peut être une maison de tradition, de qualité et de savoir-faire et s'intéresser à des personnages peu aseptisés.

INOXTAG À L'HEURE

Il a réalisé le film de montagne le plus populaire de tous les temps. En à peine huit jours, le documentaire du YouTubeur franco-algérien Inoxtag retraçant sa montée de l'Everest, avait déjà cumulé plus de 30 millions de vues. Colossal ! *« Le hic,* regrette Vivian Stauffer, CEO d'Hamilton, *c'est qu'Inoxtag portait une montre connectée. Je l'ai bien vue. Quel dommage ! »* Et, en effet, le jeune influenceur porte une Garmin *Fenix 7X Pro Solar,* montre connectée high-tech. Bien souvent, aujourd'hui, en effet, sur une montagne, ce sont les smartwatches sportives et leurs innombrables fonctions (altimètre, notamment) qui occupent le terrain. Mais, il semblerait que les manufactures n'aient pas été longues à rattraper ce phénomène des réseaux sociaux. Quelque temps après son exploit, en effet, GMK, influenceur bling, habitué à foncer au volant de supercars outrancières, a offert au jeune alpiniste une Rolex *GMT-Master II* à lunette noir et gris pour le féliciter de son exploit.



1


2

▸ également très sportive. Elle s'appuie notamment sur un trio de skieurs : la Suissesse Corinne Suter, championne de descente, le Norvégien Aleksander Aamodt Kilde, spécialiste du super-G qui s'est blessé en 2024, et, plus original, le Suisse Dario Cologna, au du ski de fond. Enfin, Richard Mille, qui s'associe toujours aux meilleurs athlètes, soutient Alexis Pinturault, skieur français le plus titré, toutes disciplines confondues. Et bien d'autres horlogers fréquentent tout aussi assidument les pistes… Jean-Claude Killy et Rolex, entre autres.

Des collab originales

Devant le grand nombre de marques liées au ski ou à l'alpinisme, certaines maisons horlogères préfèrent s'échapper hors piste. Hamilton soutient ainsi les compagnies aériennes de sauvetage en haute montagne : Air-Glaciers et Air Zermatt. Leurs membres héroïques interviennent en hélicoptère, risquant parfois leur vie pour sauver celles des autres. Alpina, de son côté, soutient le High Five Festival, l'équivalent du Festival de Cannes pour les films de ski. La marque offre une montre à chacun des lauréats. Plus atypique encore, l'iconoclaste manufacture H. Moser & Cie. a longtemps fait parler d'elle en concevant des montres concept décalées, prototypes uniques, en rapport avec l'âme suisse. La *Swiss Alp Watch,* par exemple, rendait hommage à l'*Apple Watch* connectée, dont elle reprenait le design. Elle était, en revanche, animée par une mécanique horlogère traditionnelle à remontage manuel. La maison nous a aussi gratifiés d'une montre à boîtier en gruyère, la *Swiss Mad Watch,* et d'une autre ornée de vraies fleurs et plantes helvètes endémiques, la *Nature Watch.*

Les stations aussi

Depuis quelques années, on a vu fleurir des sponsorings d'un nouveau genre. Des manufactures s'associent à des lieux connus. Alpina est ainsi le partenaire horloger de la célèbre station de ski française de Val Thorens, depuis 2022. Plus haute station d'Europe (2 300 mètres), elle est le point culminant du domaine des 3 Vallées, plus grand domaine skiable au monde, avec 600 km de pistes. *« Pendant la saison, nous installons un horloger dans un conteneur au sommet des pistes. Cela crée du lien avec les skieurs »,* déclare Yasmina Pedrini. L'horloger soutient aussi la Coupe du


3

1. et 2. La *Submersible GMT Titanio Mike Horn Experience Edition PAM01670* (1), de Panerai, inspirée par l'aventurier Mike Horn (2).
3. *L'Hamilton x Air-Glaciers* est un hommage à la société de sauvetage en hélicoptère éponyme.
4. La série *Jungfrau*, de Tissot, est dédiée au sommet suisse du même nom.
5. La *Geosphere Chronograph 0 Oxygen*, de Montblanc, et son boîtier dépourvu d'oxygène.



TISSOT ROCKWATCH, LE RETOUR?

En 1985, Tissot lance, aux États-Unis, la première montre avec un boîtier en pierre naturelle de l'histoire. Cette petite montre à quartz, dénommée *RockWatch*, utilise essentiellement du granit issu du canton des Grisons, dans les Alpes suisses. Ses aiguilles, rouge pour les minutes et jaune pour les heures, rappellent les balises des sentiers de randonnées suisses. Elle va rencontrer un vif succès. Des versions ultérieures se voient alors habillées d'autres pierres provenant d'autres régions montagneuses du monde, notamment du basalte de Scandinavie, de la sodalite bleue du Brésil, du lapis-lazuli d'Italie, du jaspe du désert de Kalahari ou encore de la rhodonite rose d'Australie. Chaque montre est unique, elle dépend du morceau de pierre choisi. Arrêtée en 1994, a *RockWatch* se serait écoulée à près de 800 000 exemplaires. Il bruisse au sein du landernau horloger qu'une nouvelle version serait en approche. Pourtant, Sylvain Dolla, le directeur général de Tissot, choisit de rester évasif : *« Cette montre avant-gardiste a marqué les esprits. Elle a laissé une trace dans l'histoire. On pourrait la revoir un jour… »* Ou pas. Les paris sont ouverts.

PHOTOS : THOMAS BAUMANN – PANERAI / SIHP – MONTBLANC – TISSOT

monde de ski cross, qui se déroule dans la station. Cette discipline spectaculaire oppose quatre athlètes sur un parcours technique, fait de virages relevés, de bosses et de tremplins dans l'esprit du BMX ou du skateboard. Ce n'est pas tout, la marque est aussi très proche de l'École de ski français (ESF) du Grand-Bornand. C'est dans le Valais suisse que nous attend Hublot. La marque a longtemps sponsorisé les remontées mécaniques de Zermatt, mythique station implantée au pied du célèbre Cervin, là même où Oris aime présenter ses nouveautés, chaque année, début janvier. Le logo d'Alpina (un triangle rouge) apparaît, lui, en 1909. Il symbolise la montagne, et plus précisément le mont Cervin (Matterhorn, en allemand), cette singulière montagne suisse en forme de pyramide (vous voyez, comme sur les emballages de Toblerone…) qui culmine à 4 400 m d'altitude et surplombe la station de Zermatt. Tissot, elle, est implantée un peu plus au Nord. *« Depuis 2012, nous sommes partenaires du Jungfraujoch, le chemin de fer le plus haut d'Europe, qui culmine à près de 3 500 m d'altitude »*, se réjouit Sylvain Dolla. La maison du Swatch Group rend hommage à ce train à crémaillère qui part à l'assaut du massif de la Jungfrau, en lançant des montres séries spéciales en son honneur. Enfin, le nom de la marque Montblanc provient directement de la montagne éponyme, toit de l'Europe. *« C'est le sommet le plus célèbre du monde devant l'Everest,* rappelle Laurent Lecamp, directeur de la division horlogerie. *Notre logo représente les 6 glaciers enneigés formant le massif du Mont-Blanc, vus du ciel, dont la mer de Glace. »* On le voit, le lien entre l'horlogerie et le monde de la montagne est solide comme un rocher du massif de l'Eiger. Il passe les ans, survit aux avalanches et sans cesse se réinvente. ■





3 questions à…

Laurent Lecamp

Directeur de la division horlogerie de Montblanc.

D'où provient le nom Montblanc ?
Il remonte aux origines de la marque, qui proposait initialement des stylos. L'étoile blanche aux lignes arrondies devient le logo de la marque en 1913. Elle représente le sommet enneigé stylisé du massif du Mont-Blanc, le plus haut d'Europe. Ce logo est devenu le symbole de l'engagement de la marque en faveur de la plus haute qualité de l'artisanat européen.

Aujourd'hui, comment se matérialise votre rapport à la montagne ?
Quand j'ai pris les commandes de la branche horlogère, voilà quatre ans, j'ai voulu comprendre le lien à cette montagne. Je suis parti sur la mer de Glace. J'ai fait de longues heures de marche, dormi dans des refuges. Un matin, le soleil illuminait la glace, sur toute sa profondeur. J'ai pris une photo. Une fois rentré, j'ai dit à mes équipes : « il est temps de relier les produits Montblanc à leur nom et à leur histoire ». Puis, je suis allé voir nos fournisseurs de cadrans avec la photo et je leur ai dit : « je veux un "cadran glacier" qui reproduise la réverbération de la lumière, les veines, le jeu des couleurs sur la glace, comme sur ce cliché ».

Le résultat ?
Le cadran de l'*Iced Sea* (mer de Glace), reproduit le glacier. Lancée en 2022, cette montre est devenue notre best-seller.





PLAUD AI

- **Cofondateurs :** Charles Liu et Nathan Xu.
- **Nombre d'utilisateurs :** plus de 300 000 dans le monde.
- **Campagne Kickstarter** depuis juin 2023.
- **Siège :** San Francisco, et des antennes à Shenzhen, Pékin et Tokyo.

Plaud Note, l'assistant personnel du turfu

Enregistrer, traduire, retranscrire, résumer une interview ou une réunion… L'IA permet de se simplifier la tâche grâce à un complice dopé à Chat GPT. De la taille d'une carte de crédit, Plaud Note est une sorte de dictaphone 3.0.

PAR NICOLAS VALEANO

L'objet surprend les interlocuteurs lors de chaque début d'interview : un microappareil d'à peine 30 grammes posé sur la table, élégant et discret avec son format carte de crédit, tout en aluminium strié (trois coloris au choix), doté d'une minuscule diode indiquant son fonctionnement. Une explication s'impose alors pour rassurer. Cet enregistreur pourra coucher noir sur blanc comme par magie tout ce qui se sera dit, épargnant au journaliste un fastidieux travail de retranscription. Mieux, l'appli de Plaud AI saura, au passage, traduire depuis et dans la langue de son choix (59 sont paramétrées), et proposera un résumé des points principaux abordés, voire une carte mentale de la structure de ce qui a été dit. De quoi gagner un temps précieux après une entrevue, une réunion ou une conversation, ou pour une simple prise de notes, dans de nombreux cas de figures professionnels ou privés. L'objet est conçu pour fonctionner en présence de personnes, mais il peut aussi enregistrer une conversation téléphonique avec un smartphone, une fois placé dans son étui MagSafe collé au dos de l'appareil. La batterie embarquée ultraplate permet une durée de fonctionnement d'une trentaine d'heures avant recharge avec un câble spécifique à ne pas perdre – on peut comprendre qu'il était difficile d'intégrer une prise USB-C vu la finesse de la construction (moins de 3 mm).

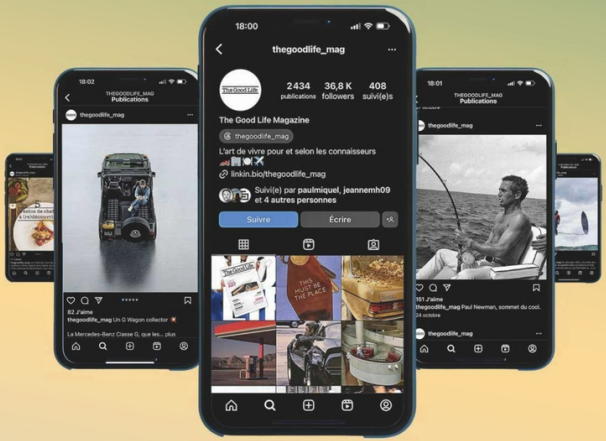
Des résultats impressionnants

La mémoire intégrée de 64 GB permet de stocker jusqu'à 480 heures d'enregistrement – de quoi voir venir –, tandis que le stockage sur le cloud (Google Cloud et Open AI) est illimité. Une seconde version de ce petit appareil créé par la start-up sino-américaine Plaud AI est apparue, nommée Plaud NotePin, plutôt pensé pour la prise de note instantanée avec sa forme de gélule pouvant être accrochée autour du cou ou portée comme un bracelet connecté. Dans les deux cas, les résultats apparaissent dans l'application Plaud AI, une fois la transmission des données effectuée entre l'appareil et le smartphone. L'IA, avec Chat GPT-40, permet de réduire le bruit de fond, d'améliorer la compréhension de ce qui est dit et de générer des résumés. Après transmission de l'enregistrement à l'appli et quelques minutes de travail de l'IA, le résultat est impressionnant (mais pas parfait à 100 %), avec une grande qualité de retranscription, même depuis un environnement bruyant. Trois cents minutes sont offertes chaque mois, comprises dans le prix d'achat de 169,90 euros (189,99 pour le NotePin). Des formules d'abonnement permettent de bénéficier de plus gros volumes de transcription. Comme souvent, cependant, la valeur ajoutée d'un objet connecté à part entière est définie par des fonctionnalités toujours plus fortes intégrées au fur et à mesure des mises à jour des systèmes d'exploitation des smartphones. Ainsi, les dernières versions d'IOS et d'Android permettent ce type de transcription écrite de conversations, mais pas toujours avec la même précision, et en obligeant à sortir son téléphone de sa poche, ce qui reste moins pratique que de poser le petit Plaud Note sur la table ou au dos d'un iPhone. Selon le même raisonnement, on peut aussi choisir d'écouter une radio en ligne depuis le haut-parleur intégré de son smartphone ou sur une enceinte Bluetooth : une option matérielle pour gagner en qualité, un luxe à l'heure du tout-smartphone. ■

1. et 2. Fixé au dos d'un iPhone (1) ou posé sur le bureau (2), Plaud Note est discret et efficace.

PHOTOS SBP

The Good Life



Retrouvez tout l'univers de **The Good Life** sur **thegoodlife.fr** et sur Instagram **@thegoodlife_mag**

@THEGOODLIFE_MAG

212



The Good Fashion Trend
La veste iconique d'*outwear*
Patagonia nous livre ses secrets.

224



The Good Books
Neuf chefs-d'œuvre
à dévorer au coin du feu.



216

The Good Fashion Choice
Notre sélection de beaux objets
pour célébrer l'hiver et la montagne.

222



The Good Tradition
La cérémonie de l'encens :
une pratique ancestrale
japonaise qui mérite le détour.

230



The Good Manga

Le Sommet des dieux, de Jirô Taniguchi, le plus européen des mangas à (re)découvrir dans nos pages.

226



The Good Design

Notre-Dame de Paris rouvre ses portes avec de nouveaux sièges signés Ionna Vautrin.

The Good Vibrations

PAGES 210 – 238



LA MONTAGNE, ÇA VOUS GAGNE DE PLUS EN PLUS !

Quelque trente-cinq ans après le lancement de ce slogan publicitaire – et un Covid plus tard –, les Français sont plus que jamais séduits par les grands espaces, les vacances et les activités sportives en altitude. En 2023, la Fédération des clubs alpins et de montagne (FFCAM) a notamment vu le nombre de ses licenciés augmenter de 8 % au sein de ses 430 clubs (dont le nombre a triplé depuis 2000). La fréquentation des refuges a également fait un bond de 7 % l'an passé, cumulant 301 000 nuits dans ses 120 adresses disséminées sur le territoire.

La veste polaire, chronique d'un succès non annoncé

Hier équipement pour braver le froid en montagne, ce blouson droit, douillet et confortable est devenu un indispensable du dressing au sortir des confinements successifs de 2020.

PAR FRÉDÉRIC MARTIN-BERNARD

Impossible que le succès de la veste polaire *Retro-X* de Patagonia vous ait échappé : on la voit absolument partout ! En tissu moutonneux comme les peluches de notre enfance, une poche en toile contrastée cousue sur la poitrine, l'étiquette avec, en toutes lettres, le nom de la marque américaine plaquée sur le dessus comme un sceau d'authentification… ce vêtement cumule les détails extérieurs de style pour se faire remarquer. Et devenir un produit phare, un phénomène de mode en ville. Bien sûr, Patagonia, qui ne jure que par les activités de plein air, s'en défend. La firme californienne refuse même de répondre à toute interview sur le sujet, considérant que devenir tendance sur le macadam est contraire à ses valeurs. Et puis elle ajoute que son modèle star n'est pas sa dernière nouveauté – la *Retro X* a été lancée en 1993 –, qu'il existe une multitude d'autres versions dans des tissus moins épais ou plus techniques, avec ou sans manches et, *last but not least*, que ce modèle-là est composé de polyester recyclé à hauteur de seulement 85 %, alors que l'entreprise s'est engagée à ce que tous ses produits utilisent 100 % de matériaux recyclés d'ici à l'année prochaine.

Des clients qui en parlent le mieux

« La veste de Patagonia est la polaire par excellence, observe Aymeric de Rorthays, copropriétaire des magasins Au Vieux Campeur, qui ont été les premiers revendeurs de la marque américaine sur le sol français, au début des années 90. *Elle a commencé à devenir à la mode en 2018. Puis pléthore de marques de mode et d'outdoor ont édité des modèles très ressemblants. »* Les Américains considèrent aujourd'hui ce type de blouson droit zippé comme « la » pièce emblématique de la tendance « gorpcore », courant vestimentaire détournant les tenues de haute montagne à la ville, dont les quatre premières lettres de l'appellation sont l'acronyme de *« good old raisins and peanuts »* (de bons vieux raisins secs et cacahuètes), en-cas préféré des randonneurs outre-Atlantique. *« Cette poussée de la veste polaire est également liée à la vulgarisation du streetwear à la fin des années 2010*, ajoute Frédéric Granger, le directeur des achats du magasin Citadium, à Paris. *À l'époque, c'est la mode des total looks en molleton et, tout à coup, survient le Covid et ses confinements à répétition. On ne s'habille plus pour sortir, s'aérer l'esprit et se dégourdir les jambes pendant quelques minutes. Le port des tenues dedans/dehors se multiplie, et cette veste polaire s'avère adaptée à un port à l'intérieur comme à l'extérieur de chez soi. »*

Un produit basique devenu trendy

Pierre-Henri Mattout, qui a dessiné la ligne outdoor de Victorinox pour le marché américain, au début des années 2010, se souvient qu'il n'en proposait pas dans ses collections, car elle était alors considérée comme *« une couche intermédiaire, un produit basique »* que

1. et 2. Patagonia, leader du vêtement outdoor.
3. La polaire *Phantom Hoodie*, de Lagoped.
4. La veste *Retro X*, lancée en 1993 et devenue à la mode en 2018, a été copiée par tous.



2



3 questions à…

Aymeric de Rorthays

Petit-fils du fondateur des magasins Au Vieux Campeur, actuel codirigeant de l'enseigne avec son frère Ludovic.

Comment expliquez-vous cet engouement pour le style randonneur ?

Tout a commencé à la fin des années 2010, quand des spécialistes de la haute montagne se sont mis à faire des vêtements outdoor pour la vie de tous les jours. La plupart de ces marques étaient américaines. On a commencé à parler de tendance « gorpcore » à propos de ce type de vêtements porté à la ville. Et le phénomène a explosé au sortir du Covid, quand tout le monde a retrouvé la liberté et ressenti des envies de s'épanouir au grand air. Aujourd'hui, il touche toutes les tranches d'âges, toutes les classes sociales, les hommes comme les femmes et, surtout, il ne s'essoufle pas.

Ce phénomène a-t-il engendré un renouvellement de l'offre ?

Les marques de référence en outdoor sont souvent très anciennes, voire centenaires comme la suisse Mammut ou la norvégienne Norrona. Il y a peu de nouveaux acteurs dans ce secteur, car le vêtement d'extérieur demande une certaine authenticité, et qui dit authenticité dit marque avec une histoire, un savoir-faire, de la technicité.

Vous avez parlé de marques américaines. Ne se passe-t-il vraiment rien côté français ?

Si, il y a la marque Picture, qui a débuté dans le vêtement de ski, s'est tournée vers l'outdoor et progresse en véhiculant une image différente, nouvelle, plus dynamique que les marques habituelles. En prime, cette entreprise est très pointue au niveau de l'écoconception de ses collections. Moins connue – mais pas moins prometteuse –, il y a aussi le label Lagoped, qui affiche la traçabilité totale de ses produits. Ceux-ci sont entièrement fabriqués en Europe et, par ailleurs, ils sont très bien positionnés en ce matière de prix.

les randonneurs achetaient à bas prix. « *Plus récemment, lorsque le style rando a commencé à être réinterprété par de jeunes créateurs et que Patagonia a remis en lumière ses modèles historiques, plusieurs fabricants de matières techniques ont mis au point des tissus polaires beaucoup plus haut de gamme. Si bien qu'on a vu des réinterprétations de cette veste jusque dans les collections des griffes de luxe.* » Nous sommes alors à la sortie des confinements. Tout le monde veut renouer avec la nature, aspire à vivre au grand air. La tendance gorpcore est à son acmé. « *Avant, la veste polaire était portée par les randonneurs et une clientèle mature,* reprend Frédéric Granger. *Tout à coup, c'est devenu un produit transgénérationnel, à la mode, et toutes les marques, depuis les enseignes de fast fashion jusqu'aux griffes de luxe, se sont mises à en proposer dans leurs collections, dans des gammes de prix très variées. Puis, forcément, la tendance est passée. L'offre s'est alors recentrée sur des modèles présentant une véritable technicité. Cependant, les ventes ne sont pas retombée pas, car ce produit a intégré le vestiaire de tout-un-chacun. En fait, il s'est produit le même phénomène qu'avec les baskets. Avant, certaines personnes n'en portaient jamais. Puis elles ont découvert leur confort sous la pression de la tendance et y ont pris goût, et, aujourd'hui, elles les considèrent comme de véritables chaussures. Eh bien, la veste polaire, c'est exactement la même chose. C'est un vêtement douillet, confortable, multi-usage… Alors pourquoi faudrait-il s'en passer ?* »



3



4

PHOTOS : DR – JÉRÔME MALLÉTÈ

Un doudou, en somme. ■


1


4

Dix marques outdoor qui se plaisent en ville

Les vestes techniques pour crapahuter au grand air se portent à longueur de semaine depuis que le style randonneur est à la mode.

PAR FRÉDÉRIC MARTIN-BERNARD


3


2

AIGLE (2)
Fondée en 1853 à Montargis, par Hiram Hutchinson, un Américain qui introduit la technique de vulcanisation du caoutchouc en Europe, révolutionnant ainsi la fabrication des bottes imperméables, la marque étend son offre aux vêtements outdoor à partir de 1989. En 2020, sa direction artistique est confiée aux trois designers du label Études Studio, fusionnant tradition et modernité. Ils signent notamment la veste matelassée en Gore-Tex *Windstopper* et la veste 3-en-1 en velours, deux modèles qui allient fonctionnalités techniques et esthétique. Par ailleurs, la marque s'engage dans une démarche écoresponsable, utilisant de plus en plus de matériaux recyclés et durables pour ses collections de chaussants comme de prêt-à-porter.

ARC'TERYX (3)
Lancée en 1989 à Vancouver par des grimpeurs canadiens, Arc'Teryx est rapidement devenue une référence dans les équipements de montagne, notamment avec des collections de vêtements techniques haut de gamme, tramées d'innovations constantes. Des harnais d'escalade aux vestes en Gore-Tex, les produits qu'elle propose sont désormais aussi prisés par des alpinistes chevronnés que par des sportifs amateurs qui aiment s'évader sur les hauteurs. Au début des années 2000, cette marque qui jouit d'une excellente renommée internationale a été rachetée par Salomon, alors dans le giron d'Adidas, avant que ces deux experts de la montagne ne soient finalement repris par le groupe finlandais Amer Sports.

ELEMENT (4)
Cette marque venue du skate-board mêle style urbain et respect de l'environnement. Ses produits sont à la fois appréciés pour leur qualité et leur design. Elle collabore régulièrement avec des artistes, des designers ou encore des fabricants de produits outdoor, comme le français Millet, enrichissant son offre de vêtements pour le grand air. La veste polaire *Wolfe*, en polyester recyclé, ou sa parka trois-quarts *Field* sont deux de ses best-sellers. Distribuée mondialement, cette marque d'Atlanta est aujourd'hui présente dans des boutiques et des grands magasins de premier plan, dont les Galeries Lafayette, à Paris.


5

HELLY HANSEN (5)
Fondée en 1877 par le capitaine Helly Juell Hansen, à Moss, en Norvège, Helly Hansen devient rapidement une référence dans les vêtements nautiques pour

affronter les éléments les plus rudes. En 2020, elle lance la veste *Ægir*, à l'occasion du Vendée Globe. Le modèle est conçu pour résister aux conditions extrêmes de cette course légendaire de plusieurs semaines. Elle est taillée dans un tissu imperméable, respirant et coupe-vent, assemblée avec des coutures soudées, parfois rehaussées de renforts en Cordura. Quatre ans plus tard, une version 2.0 de cette veste de quart sort en matériaux recyclés à l'occasion de l'édition 2024 de la solitaire au départ des Sables-d'Olonne.


6

LAGOPED (6)
Lagoped, c'est l'histoire de trois Français fondus de randonnée qui décident de fonder, en 2018, une marque de vêtements pour les activités de plein air en altitude qui sera particulièrement respectueuse de l'environnement. Son nom fait référence à l'oiseau des neiges. Souvent, elle emploie des matériaux recyclés. La confection est réalisée en Europe, afin de réduire l'empreinte carbone. Parmi ses modèles phares qui ne dénotent pas en ville, citons la veste de randonnée *Tetras*, le coupe-vent unisexe *Nagalaka* ou encore la veste de montagne *Eve*, parfaite pour les citadins se déplaçant à deux-roues.

KLÄTTERMUSEN (7)
Fondée en 1975, la marque suédoise d'équipements outdoor Klättermusen propose des vêtements et des accessoires de montagne et d'alpinisme haut de gamme, mêlant innovation, durabilité et style scandinave. Traduction : ici, pas de chichi ; les produits


7

sont dessinés avec un sens aigu du minimalisme, un objectif de durabilité et une forte responsabilité environnementale. La marque vient d'ouvrir sa première boutique en France, dans le Marais, rue du Temple. On aime le modèle *Draupner*, une veste imperméable Cutan à 3 couches, imaginée pour les alpinistes de haute montagne. Elle est conçue pour résister aux abrasions et aux abus les plus intenses, tout en restant légère et bien adaptée aux missions verticales comme urbaines. Elle symbolise la devise de Klättermusen : *« Crafted for Life »*.


8

PICTURE (8)
Fondée en 2008 à Clermont-Ferrand par trois amis passionnés de sports de glisse, Picture s'est rapidement imposée dans le monde du ski et de la haute montagne. À la pointe de l'écoresponsabilité, la marque a utilisé des matériaux recyclés et biosourcés dès le premier jour et elle a obtenu, en 2019, la certification B Corp. Ses modèles phare – les vestes *Seen* et *Naikoon* – allient performance et respect de l'environnement. La marque cherche à innover par tous les biais pour minimiser son empreinte carbone. Elle mène des initiatives de reforestation et de réduction des déchets, le développement durable étant au cœur de sa passion pour l'outdoor.


9

SALOMON (9)
Dès 1947, Salomon fait florès, à Annecy, comme fabricant de fixations de ski. Plus récemment, dans les années 2000, l'entreprise se diversifie dans les équipements de trail-running afin de réduire sa dépendance saisonnière aux sports d'hiver. Ses chaussures conçues pour offrir confort et performance en haute montagne connaissent un succès parallèle à la ville. Notamment les sneakers *XT-6* et *ACS+*, qui sont même adoptées par des célébrités telles que Rihanna et Drake. La marque édite également des tenues d'extérieur qui allient innovation et durabilité, consolidant sa position de marque de référence dans le courant *gorpcore*.

TATRAS (10)
Marque japonaise spécialisée dans les vestes, les parkas et les blousons pour les deux sexes, Tatras mixe une modernité nippone dans l'emploi de matériaux ultratechniques à des références militaires et outdoor pour le style. Depuis sa création, en 2007, elle a


10

collaboré avec des designers renommés, dont Junya Watanabe, et a, par ailleurs, organisé divers événements à l'occasion de fashion weeks européennes afin de se faire connaître et de décrocher des points de vente un peu partout dans le monde. Ses modèles sont particulièrement appréciés pour leur style épuré, doublé d'une véritable technicité. Leur fabrication est entièrement réalisée en Italie.


11

THE NORTH FACE (1 et 11)
À l'origine créée à San Francisco, en 1966, cette marque est spécialisée dans les équipements d'alpinisme et propose aujourd'hui des collections complètes de vêtements et d'accessoires. The North Face jouit d'une popularité exceptionnelle auprès des jeunes générations, incarnant l'esprit d'aventure et de découverte. Elle est également à la pointe sur les questions de développement durable, d'écoconception et de recyclage. Son programme Exploration Without Compromise comprend différentes actions pour réparer, réutiliser et donner une seconde vie à ses modèles.

PHOTOS : SDP - TOM LOCKER / THE NORTH FACE



De gauche à droite : **Plaid** *Cheval Orizaba*, en laine, **Hermès.** Montre Piaget *Polo Quantième Perpétuel Extra-Plate*. **Piaget.** Stylo plume *Meisterstück The Origin*, **Montblanc.** Vase *La Duré à Cuire*, imprimé en céramique 3D, **Créatures Paris x Tygre.** Mocassin, **Sebago.** Bottine en veau et shearling, **Celine.** Assiette *Axo*, en porcelaine de Limoges, **Non Sans Raison.**



AU PLUS PRÈS DES ÉTOILES

Au coin du feu ou au pied du sapin, petites attentions et beaux objets s'illuminent pour célébrer les moments de joie en famille ou en amoureux dans les cimes enneigées.

PHOTOS SÉBASTIEN COINDRE // STYLISME CÉLINE BOURREAU // SCÉNOGRAPHIE ARMAND DE TAYRAC



De gauche à droite et de haut en bas : Bougie *Miel d'Argent*, en verre métallisé, **Christofle.** Botte *Aigle Experience by Études Studio*, **Aigle.** Sac *Montblanc 142 Mini*, **Montblanc.** Pochette *Triangle A5*, en cuir, **Dior.** Montre *Divers Date 39 mm*, boîtier en acier, lunette en céramique, mouvement mécanique à remontage automatique Swiss Made, bracelet en caoutchouc, étanche à 200 mètres, **Oris.** Jantes *Renault 5*, **Renault.**



De gauche à droite et de haut en bas : Eau de parfum *Oud Alezan*, **Hermès**. Porte-mignardises *Vertigo*, en métal argenté, **Christofle**. Montre *Tortue GM*, boîtier en or jaune, mouvement mécanique à remontage manuel, étanche à 30 mètres, **Cartier**. Blaireau avec manche en bois, **Celine Maison**. Bracelet *Lectoure Cuir Heritage*, en cuir et détail en métal, **Joseph Duclos**. Portefeuille *Triomphe*, en veau, **Celine**. Sac *Voyou Roller*, en cuir grené, **Givenchy**.



De gauche à droite : Bougie *Le Bal du Roi*, collection de Noël, **Trudon x Serdar Gülgün.** Couteau *Séquoia*, en métal argenté, **Ercuis.** Assiette *À Toute Épreuve – Joan Miró*, en porcelaine, **Bernardaud.** Tire-bouchon en inox et corne de buffle, **Brunello Cucinelli.** Montre *Patrimony Automatique*, boîtier de 40 mm en or jaune, mouvement mécanique à remontage automatique, bracelet en veau, étanche à 30 mètres, **Vacheron Constantin.** Eau de parfum *Eau de Manufacture*, **Joseph Duclos.** Flûte *Flutissimo Mille Nuits*, en cristal, **Baccarat.**



De gauche à droite et de haut en bas : Ceinture en veau Swift et métal palladié, **Hermès.** Pochette matelassée *Pyrenex Down Pouch Vintage*, **Pyrenex.** Jeu de dominos en noyer et matériau composite Krion, **Brunello Cucinelli.** Gants de conduite *Type LM 72 W*, en agneau nappa patiné et cachemire, **Christophe Fenwick.** Enceinte, **Fendi x Devialet Mania.** Montre *Octo Finissimo Squelette 8 Jours*, boîtier octogonal de 40 mm et bracelet en titane, mouvement mécanique à remontage manuel, réserve de marche de 8 jours (192 heures), étanche à 30 mètres, **Bulgari.**



L'art d'écouter… les odeurs

Bien moins pratiqué que la cérémonie du thé, le *kodo* – ou « voie de l'encens » – est à la fois une science japonaise des senteurs, un rituel précis et raffiné et un divertissement. Aperçu de cet univers méconnu de légèreté et de douceur.

PAR PATRICE PIQUARD

Après plus de trente voyages au Japon, j'ai découvert le *kodo* en 2023, lors d'un passage à la Villa Kujoyama, à Kyoto. J'ignorais alors l'existence de cet art de l'encens, l'une des trois voies du raffinement, avec le *chado* (cérémonie du thé) et le *kado* (la voie des fleurs, plus connue sous le nom d'ikebana). Ce jour-là, dans le centre culturel accueillant en résidence des artistes français, un ex-pensionnaire, le parfumeur Daniel Pescio, organise une cérémonie de l'encens. Après avoir invité les douze participants à s'asseoir, il saisit un gobelet en céramique empli de cendres. À l'aide d'instruments évoquant ceux d'un orfèvre, il place un morceau de charbon ardent dans les cendres, qu'il sculpte en forme de montagne en traçant à leur surface de fins motifs géométriques. Puis il creuse une étroite cheminée jusqu'au charbon enfoui, dispose une petite plaque de mica au sommet de cette cheminée, avant de la recouvrir d'un minuscule carré de bois odorant. Portant alors le gobelet dans sa paume, il hume la senteur à trois reprises, puis le passe à la personne à sa droite. Chaque participant le reçoit, « écoute » (le terme exprime la subtilité de la sensation et le désir de la comprendre) trois fois l'encens, puis le passe à son voisin. Quand vient mon tour, l'odeur est si ténue que j'ai du mal à imaginer qu'elle *« ouvre à la plénitude d'un espace-temps où l'être se fond dans la quiétude »*, comme l'affirment les auteurs de l'ouvrage de référence *La Voie de l'encens.* Daniel Pescio fait encore apprécier deux autres senteurs et demande si elles sont différentes de la première. Je n'en ai pas la moindre idée, mais l'expérience a piqué ma curiosité. Dès mon retour en France, je m'inscris au seul cycle d'initiation au kodo ayant lieu à Paris en 2024. Un petit voyage en terre inconnue…

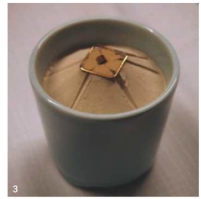
La flaveur du vide

Commençons par l'encens. Au Japon, le principal composant des encens de haute qualité est un bois précieux, le jinko (connu en Occident sous les noms de bois d'agar et bois d'oud), qui est imprégné d'une résine générée en réaction à un maladie qui touche les arbres de la famille des *Aquilaria.* Ce sont de minuscules morceaux de ces bois provenant d'Asie du Sud-Est et d'Inde – d'une vingtaine de millimètres carrés et de l'épaisseur d'« un crin de cheval » – qu'on chauffe dans le gobelet lors de la cérémonie de l'encens. Le plus délicat des jinko est le bois de kyara, dont la saveur évoque le clou de girofle. Pour les autres jinkos, le schéma olfactif des maîtres de l'encens est plutôt vaste : le bois de rakoku a la douceur du miel, celui de manaban, l'amertume de l'écorce de philodendron, le sasora dégage l'acidité de la prune fermentée, le sumotara a la salinité de la sueur ou d'algues brûlées. Quant au bois de manaka, il n'a aucun goût et sa flaveur est… le vide. Du fait de leur rareté, ces jinkos ont un prix au gramme supérieur à celui de l'or. Gardée au Todai-ji, le grand temple de Nara, le ranjatai, une pièce de bois de kyara de douze kilogrammes offerte au VIIIe siècle par la Chine à l'empereur Shomu, est un trésor qui n'a été écorné que trois fois. Seuls deux shoguns et l'empereur Meiji en ont respiré les arômes…

Jeux de combinaisons

Arrivons à la cérémonie. Si Daniel Pescio a simplifié l'expérience en lui donnant un côté informel, le rituel de l'encens, codifié depuis le XVe siècle par les maîtres des deux écoles de kodo (Oie et Shino), est très solennel. Lors d'une cérémonie à Paris, l'officiant accroche au mur un poème composé par le deuxième maître de l'école Oie – l'actuel est le 23e de la lignée – qui comporte une inscription de l'empereur Ogimachi Tenno (1517-1593). Ses vers évoquent l'éphémère splendeur de la saison. Pour la préparation du brûle-parfum, les gestes du maître, d'une parfaite minutie, sont immuables. De même, la façon dont chacun le saisit et le transmet après avoir « écouté » l'encens se doit d'être précise, des gestes des mains à l'orientation du gobelet, en passant par la façon d'expirer. Cette rigueur n'empêche pas le kodo de se présenter comme un jeu. Il s'agit de reconnaître les senteurs humées et de calligraphier ses réponses, avec, pour







1. et 5. Le kodo est l'art précieux de (re)sentir l'encens et les résines de bois.
2. 3. et 4. Un maître de l'école Oie (2) place le bois odorant dans le brûle-parfum (4), sur une petite plaque de mica (3).



les débutants, la quasi-certitude de se tromper. Il existe des dizaines de jeux de combinaisons des encens (ou *kumiko*). Le jeu *yamazakura-ko* (montagne aux cerisiers) commence par « l'écoute » de deux bois témoins, un sumotara et un sasora. Chacun hume ensuite trois senteurs, dont les deux bois témoins et un bois de kyara. Il faut écrire leur nom dans l'ordre, avec une chance sur six de réussir. Quant au jeu le plus sophistiqué, le *genjiko*, il fait se succéder cinq écoutes de bois d'encens, chacun devant reconnaître si certaines écoutes proviennent d'un même bois. Les 52 réponses possibles (par exemple, les écoutes 1 et 4 sont identiques, toutes les autres sont uniques) correspondent aux titres des 52 chapitres du livre *Le Dit du Genji*, écrit au XIe siècle. Parmi les participants du genjiko auquel j'ai pris part, une Japonaise vivant à Paris a trouvé la réponse. En guise de souvenir, le maître lui a remis la calligraphie de la cérémonie précisant la date, les bois utilisés et les réponses des participants, la gagnante étant désignée par l'idéogramme « pierre précieuse ». Convivial, subtil, méditatif et divertissant, le kodo peut servir d'antidote à l'hyperactivité de notre époque et constitue, en quelque sorte, la version aristocratique de l'aromathérapie. Au fil des séances, il incite aussi à découvrir la sagesse d'une « voie » : la parole est inutile, seuls les gestes répétés conduisent à la concentration et à la connaissance. Mais les rares Parisiens qui écoutent l'encens depuis plus de dix ans affirment tous qu'ils n'ont, pour l'instant, fait qu'effleurer cet art… ■

PHOTOS : NIPPON KODO – SOPHIE DALLÉ-EGAS – PIERRE-YVES COLOMBEL



3 questions à…

Pierre-Yves Colombel

Directeur marketing Europe de Nippon Kodo et président de l'association Kodo.

Vous représentez en Europe un fabricant d'encens japonais. Pourquoi organisez-vous parfois des cérémonies de l'encens dans vos locaux ?

Pour la marque d'encens Nippon Kodo, l'Europe est un micromarché. L'association Kodo, qui organise des initiations à la cérémonie de l'encens, ne lui offre aucune retombée commerciale. Mais la société soutient cette association que j'ai fondée avec quelques relations dans le monde du kodo : c'est une question d'image. Avant la création de l'association, il y a quinze ans, aucune initiative n'avait fait connaître le kodo en Occident.

Pourquoi le kodo reste-t-il si peu connu en France ?

Il n'est pas très connu au Japon non plus, car les bois d'encens sont rares et très coûteux. En Occident, l'accès à ces bois est compliqué, et il n'y a pas d'enseignants, car la maîtrise de la langue et un séjour dans l'une des deux écoles de kodo sont indispensables pour se former. Je ne connais qu'un Français parti au Japon pour vivre sa passion pour le kodo. Et il n'a pas encore été adoubé par l'école qu'il suit…

Quel type de public attire l'association Kodo ?

Il y a des personnalités de la parfumerie, car le kodo les déroute et renouvelle leur approche des senteurs. Les autres sont des Japonais vivant à Paris ou des Parisiens attirés par le partage qu'implique le kodo. Enfin, pour certains Français, l'initiation au kodo est une plongée dans la culture japonaise, et fait office de voyage.





Des livres et vous

Cet hiver, des auteurs nous entraînent, avec précision et efficacité, de classes de neige en retraites au cœur de la forêt, d'énigmes en expéditions en perdition, où le froid hostile, implacable, règne en maître sur toute chose.

PAR LAURENT JACOBI



GLAÇANT

Premiers flocons sur Oslo et Bergen. Et avec eux, une série de meurtres atroces de mères de famille signés par un énigmatique bonhomme de neige. L'affaire est confiée à Harry Hole, plus sobre que jamais, mais toujours aussi givré. Avec sa nouvelle adjointe et son équipe de bras cassés, il se lance à la poursuite du passé et d'un psychopathe prenant plaisir à le narguer. Imagé, frais et efficace, le style de Jo Nesbø se joue de la poudreuse pour cacher ou dévoiler les indices. Flash-back, suspicions et fausses pistes, l'intrigue slalome entre rebondissements et cas de conscience. Et puis, lorsque l'irrationnel semble avoir partie gagnée apparaissent le fameux syndrome de Fahr et le non moins étonnant phoque de Berghaus. Un *page turner* au suspens bien fondant.
Le Bonhomme de neige, **Jo Nesbø, Folio Policier, 592 p., 9,90 €.**

CAPTIVANT

Au milieu du XIXe siècle, le commandant Langlois débarque dans un village terrorisé du Dauphiné. Depuis plusieurs années, des meurtres sont commis et le coupable est toujours en fuite. Pour résoudre ce crime, l'officier va s'attacher à rentrer dans la tête de l'assassin afin d'en explorer les motivations intimes. Grand classique de la littérature obligatoire au lycée, *Un roi sans divertissement* se re(lit) avec curiosité. Car au-delà du thème pascalien de l'ennui existentiel, de la fascination pour le mal et de la solitude apparaît aussi la puissance narrative du romancier. Multiplicité des points de vue, ton quelquefois décalé et portraits hauts en couleur, Giono utilise les artifices du roman policier pour sonder l'âme des hommes. Accélération du récit, mise en abyme, précision des mots… la narration touche au sublime. Aussi captivant que *« du sang sur la neige, très propre, (…) très beau »*, un grand drame en trois actes.
Un roi sans divertissement, **Jean Giono, Folio, 156 p., 8,30 €.**



MÉDITATIF

Janvier 2010, Sylvain Tesson décide de vivre six mois dans une isba de 9 m², près du lac Baïkal. Il emporte un stock conséquent de livres, de cigares et de vodka avec l'envie d'en découdre avec sa solitude. Plus que le journal d'un ermite, c'est le récit d'une quête vers la beauté et contre le temps moderne. Passer une journée à sa fenêtre, fendre du bois, dépecer des poissons, marcher dans la neige ou ramer à contre-courant deviennent, sous sa plume, d'intenses pensées ou aphorismes. Nourri par une solide culture philosophique et bercé par la mélancolie russe, il raconte les bruissements du lac, le cycle des saisons et d'improbables rencontres avec d'autres exilés volontaires. Malgré le renfort inattendu de deux chiots et l'avidité de dévorer un nouvel espace géographique, l'expérience est aussi rude que passionnante. Et avec son auteur, on se prend à espérer qu'*« il est bon de savoir que dans une forêt du monde, là-bas, il est une cabane où quelque chose est possible, situé pas trop loin du bonheur de vivre »*.
Dans les forêts de Sibérie, **Sylvain Tesson, Folio, 304 p., 8,90 €.**



PROPHÉTIQUE

Yukon, ruée vers l'or. De mémoire d'homme, il a rarement fait aussi froid. – 60 °C, – 70 °C ? Qui sait ? Pourtant, un homme décide de braver les règles du Grand Nord et, accompagné de son chien, part rejoindre des compagnons à quelques kilomètres. Instantané de l'œuvre de Jack London, *Construire un feu* est un texte inoubliable. À travers

cette lutte désespérée se retrouvent le sens du récit et la capacité incroyable à mettre en mots une expérience sensorielle : le sang se fige, l'attention se trouble, le gel remonte le long des bras et des pages. La succession de petites erreurs face à une nature implacable a des allures prophétiques. Pourquoi autant d'orgueil et d'arrogance face aux éléments ? Avec un regard distancié, le Frisco Kid reste sans illusion sur la condition humaine : *« Il n'avait personne à qui parler. Et s'il y avait eu quelqu'un. Il ne lui aurait rien dit. »* Une réflexion poignante et prémonitoire.
***Construire un feu,* Jack London, Libretto, 176 p., 10 €.**



MAGISTRAL

Vassili Andréitch est sûr de son affaire. Quelques arpents de forêts à vil prix pour arrondir son joli patrimoine. Mais il faut partir dans l'heure, au risque de voir l'aubaine lui passer sous le nez. Sauf qu'il neige : *« l'on ne discernait pas la ligne de jonction entre la terre et le ciel »*. Qu'à cela ne tienne. Flanqué de son valet, Nikita, il s'en va, en traîneau, braver l'hiver. Avec sa dose de samovar, d'ivrognerie et d'animal sauvage, *Maître et serviteur* est une bourrasque russe. Courte, mais d'une rare intensité. Avec maestria, Tolstoï s'interroge sur la fatalité. La valeur de la vie. Et sur l'ordre dit « naturel » des choses. Qui est le plus apte à décider dans cette épouvantable tempête ? Celui qui est habitué à diriger ou celui qui ne fait qu'obéir ? Pourtant, lorsque l'on tourne encore et toujour en rond, que la mort rode et s'imprime dans les corps transis, il reste pour se réchauffer une étincelle de fraternité. Une fable contemporaine essentielle dans notre humanité glacée. ***Maître et serviteur. Nouvelles et récits,* Léon Tolstoï, Flammarion, 472 p., 8,30 €.**



CRÉPUSCULAIRE

À la lisière du 70e parallèle, à Norilsk en Sibérie, ville la plus polluée du monde, l'hiver dure huit mois. Autrefois goulag, désormais cité-usine débordée par sa mine de nickel… ici l'existence s'accroche à des rêves d'ailleurs et des vapeurs d'alcool frelaté. Alors, qui pour s'intéresser au cadavre d'un éleveur de rennes retrouvé pendant une tempête arctique ? Encore un fait… d'hiver. Corruption à tous les étages, ultranationalisme, enjeux écologiques ou droits des minorités, Caryl Férey démontre, une nouvelle fois, son talent d'écrivain de polar voyageur. *Léd* (« glace », en russe) tient à la fois du conte crépusculaire et du manifeste engagé. S'appuyant sur un remarquable travail d'investigation et un long séjour sur place, il trace des pistes tortueuses dans un climat postapocalyptique. Écriture sèche, suspens, atmosphère tendue et multiplicité des narrateurs sont au service d'une belle galerie de personnages. Car, heureusement, mineurs, photographe, costumière, barman ou policier redonnent vie, humanité et illusion à ce décor gelé bien réel. ***Léd,* Caryl Férey, Pocket Thriller, 544 p., 9,50 €.**

ODYSÉEN

Août 1914, Ernest Shackleton embarque sur l'*Endurance* depuis Plymouth, direction l'Antarctique. Accompagné de 27 hommes (et d'un passager clandestin), son objectif est de



traverser à pied le continent glacé. Sauf qu'à l'hiver 1915 son trois-mâts se retrouve prisonnier de la banquise, puis sombre à des milliers de kilomètres de la première terre habitée. À l'aide de cartes, de journaux de bord et de témoignages, Alfred Lansing retrace avec précision l'une des entreprises humaines les plus incroyables du XXe siècle. Chasse aux phoques, peur des icebergs, réparations de fortune ou sacrifices des chiens, le récit est digne des plus grands romans d'aventure. « L'heureux » dénouement a beau être connu, difficile de ne pas être estomaqué face à cette étendue de courage et d'abnégation. Car, dans un environnement hostile, la moindre décision devient vitale et l'unité du groupe demeure primordiale. Dix-huit mois à errer, dériver, flotter, survivre. Et surtout ne pas lâcher prise. Une formidable leçon d'espoir et d'humanité. ***Endurance. L'incroyable voyage de Shackleton,* Alfred Lansing, Points Aventure, 480 p., 9,90 €.**



ANGOISSANT

Par précaution, Nicolas n'a pas pris l'autocar avec ses camarades de CM1. Afin d'éviter un hypothétique accident, son père l'a déposé au pied du chalet. Mais au moment de partir, le sac de voyage est resté dans l'automobile. Un début de roman presque banal en somme. Avec, en filigrane, une peur maladive. Celle de se faire tancer par ses copains. De s'essayer au ski. De faire pipi au lit. Dans un style efficace et précis, Emmanuel Carrère décrit avec sincérité la psychologie d'un gamin prompt à (se) raconter des histoires. Pour se rassurer. Ou trouver de la reconnaissance auprès de ses copains de dortoir. Et quand survient un drame imprévu, l'angoisse devient réelle et contagieuse pour le lecteur. Rumeurs, mythes et imaginaires puérils rejoignent avec brutalité le monde des adultes et des non-dits. Seules la musique et la compassion de Patrick, le moniteur, sont des bulles apaisantes au pays de l'effroi. Une exploration poignante de l'imaginaire et des traumas de l'enfance. ***La Classe de neige,* Emmanuel Carrère, Folio, 160 p., 7,80 €.**

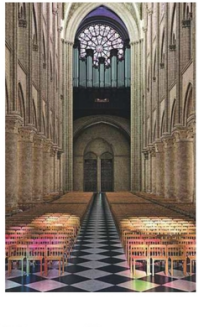


HUMANISTE

Opposant à Atatürk, incarcéré plus de douze années, Nâzim Hikmet est une figure essentielle de la poésie turque. Amoureux des femmes, passionné des mots, il dévoile dans ce recueil chronologique un imaginaire foisonnant. Au gré des exils, de Moscou à Paris, en passant par Vienne ou Varsovie, sa plume se trempe dans l'épique, le narratif ou le lyrisme. L'univers est riche, les instants sont saisis au vol et la fantaisie s'évade au-delà des murs des prisons. Très accessibles, ses vers « libres » célèbrent les mille nuances de l'amour et son combat pour la dignité. Il magnifie le langage imagé et populaire en rendant l'intime universel. Profondément humaniste, Hikmet émeut par la constance de son engagement face à l'épreuve du monde. ***Il neige dans la nuit et autres poèmes,* Nâzim Hikmet, Poésies Gallimard, 432 p., 13,20 €.**

PHOTOS : SDP - LOREN CUTLER / UNSPLASH





L'ATELIER DE LA CATHÉDRALE

Les aménagements intérieurs ont coûté 7 M €, financés par la Fondation Notre-Dame. Guillaume Bardet a créé le mobilier liturgique en bronze – l'ambon, la cathèdre, l'autel, le tabernacle et le baptistère – ; Sylvain Dubuisson, la châsse-reliquaire en bronze et bois de cèdre, qui contient la couronne d'épines du Christ, le fragment de bois de la Croix et un clou de la Passion ; Vincent Dupont-Rougier, le mobilier complémentaire, dont les brûloirs, destinés à accueillir les bougies de dévotion ; Jean-Charles de Castelbajac, les vêtements liturgiques ; Nathalie Crinière, la scénographie du Trésor de la cathédrale et de ses vitrines ; l'agence Patrick Rimoux, la mise en lumière.

De l'assise pour Notre-Dame

La cathédrale tout juste rénovée rouvre le 8 décembre avec un mobilier flambant neuf commandé à des artistes et à des designers. Ionna Vautrin en a dessiné les 1 500 chaises, un patrimoine unique.

PAR BÉATRICE BRASSEUR

Deux mille trois cents événements liturgiques étaient célébrés chaque année dans la cathédrale. Et puis l'incendie de 2019… Il fallait tout repenser, tout recréer en harmonie ; même les assises pour les 13 millions de fidèles, pèlerins et touristes annuels. Dessiner une énième chaise pour un énième salon, rien de nouveau sous le soleil de la création. Mais inventer « la » chaise de Notre-Dame de Paris, merveille universelle depuis neuf siècles, à l'heure de sa résurrection… *Ite missa est.* Ionna Vautrin est l'élue de l'archevêque de Paris, monseigneur Ulrich. *« Il était impossible d'accéder à la cathédrale. Je me suis plongée dans les livres et dans mes souvenirs,* raconte la designer. *Le brief : comment loger 1 500 chaises en rangées rectilignes, qui soient robustes et légères, mais durables et faciles à entretenir, qui permettent de se lever et de circuler aisément dans les travées, qui puissent s'attacher les unes aux autres, s'empiler, etc. Une chose s'est tout de suite imposée à moi : il fallait "une chaise silencieuse". À plusieurs titres. Une chaise qui reste humble par rapport à l'édifice, qui soit au service de la liturgie et, évidemment, confortable. »*

De Ionna Vautrin, tout le monde connaît, au moins, la lampe du TGV et la petite lampe *Binic* pour l'éditeur italien Foscarini. Mais elle n'avait jamais créé de chaises ni travaillé pour un édifice religieux ni avec l'entreprise d'ébénisterie Bosc. *« Je me suis sentie écrasée par l'histoire, la symbolique, puis je me suis concentrée sur l'objet uniquement, ça m'a libérée,* dit-elle. *J'ai choisi le chêne, noble, solide, pérenne, en écho à la charpente. Le dossier aux proportions atypiques permet de poser ses coudes sur la chaise de devant pour prier, donne la modestie voulue à l'objet et crée un horizon très bas, qui souligne la verticalité de la cathédrale. Ses barreaux évoquent l'ordonnancement des piliers. À travers eux passent aussi les rais de lumière projetés par les vitraux. Enfin, l'assise est soutenue par un X, qui évoque le sol en damier. Tout rappelle l'architecture de Notre-Dame. »*

Ionna Vautrin a choisi la société familiale landaise Bosc (qui signifie « forêt », en gascon), une entreprise du patrimoine vivant. *« Ils sont ébénistes depuis trois générations à Hagetmau,* glisse-t-elle. *Leur histoire est belle. »* Cette entreprise traditionnelle a pris le virage du design et vend maintenant dans le monde entier. *« C'est important, le 100 %* made in France », souligne la designer. *« Pour nous, c'est une immense fierté, émotion et responsabilité,* confie Sylvain Bastiat, l'un des dirigeants. *Ma famille a dû faire, par le passé, des choix forts pour sauver l'entreprise. Ce projet vient récompenser cela. Des millions de personnes vont s'asseoir sur cette chaise, qui met en valeur notre expertise et nous donne une visibilité auprès d'un très large public. Nous recevons des demandes toutes les semaines. Mais c'est une édition limitée et exclusive pour Notre-Dame de Paris. »* Aux chaises gravées du logo « ND » s'ajoutent des agenouilloirs et des bancs. Les prie-Dieu seront livrés au prochain trimestre. Ionna Vautrin et Bosc travaillent déjà sur un autre modèle, pour le public, qui sortira mi-2025. ■

1. et 2. Les chaises créées par Ionna Vautrin, en exclusivité pour Notre-Dame.

PHOTOS : SIEP / IONNA VAUTRIN – CATHÉDRALE NOTRE-DAME DE PARIS

VOTRE MAGAZINE DE VOYAGE IDÉAL



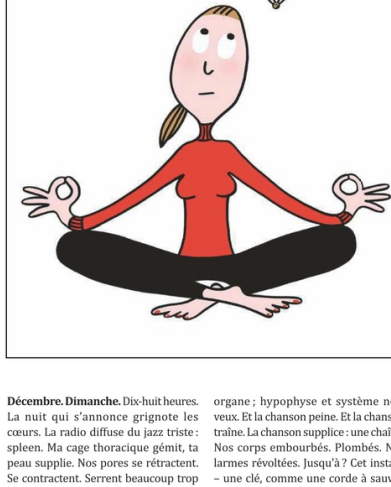
NUMÉRO 68 EN VENTE CHEZ VOTRE MARCHAND DE JOURNAUX

WWW.AR-MAG.FR

Boréeler

Puisque le monde tourne derviche, créons.
Fabriquons des mots tout neufs, forgés par notre histoire et nos souhaits. En voici un qui change la brume en or.

PAR CLAIRE BYACHE // ILLUSTRATION SOLEDAD





MÉMOIRES DE PATAGONIE

Elle fut la première à créer une agence de voyages consacrée aux voyages photos : aventures au (très) long cours et chevaux au galop. Une vie plus tard, Cécile Domens publie un ouvrage sublime dans lequel elle raconte son histoire. Surtout, elle livre un témoignage de leurs enfances à ses filles, Julia et Laura, nées du couple qu'elle forma avec Manuel, gaucho de Patagonie. Dans ces pages, les images se muent en frissons et la neige sourit. ***Enfances en Patagonie, Cada cosa tiene su tiempo,*** de Cécile Domens. cecile-domens-photo.com

Décembre. Dimanche. Dix-huit heures. La nuit qui s'annonce grignote les cœurs. La radio diffuse du jazz triste : spleen. Ma cage thoracique gémit, ta peau supplie. Nos pores se rétractent. Se contractent. Serrent beaucoup trop fort, pour tenter de les dissoudre, les griffes de la mélancolie. Elle ? Provocation suprême : à l'intérieur, se met à fredonner. D'abord, c'est un genre de mélodie sifflée (on l'entend à peine), pourtant en quelques secondes, elle s'infiltre. Entrouvre l'épiderme, scalpel, traverse le muscle, atteint la sève. Là, se déploie. Dehors, le corps en détresse. Dedans, la complainte en déesse. Elle s'octroie tout. Le monde. La saison. Nos respirations. Elle s'engouffre dans chaque interstice, chaque veine, chaque organe ; hypophyse et système nerveux. Et la chanson peine. Et la chanson traîne. La chanson supplice : une chaîne. Nos corps embourbés. Plombés. Nos larmes révoltées. Jusqu'à ? Cet instant – une clé, comme une corde à sauver. Elle passe à toute vitesse alors que le sol se dissout sous nos pieds, elle traverse notre pièce (à vivre) et l'on a juste à l'attraper. Un geste de la main, voici la corde agrippée. Alors ? Accepter le sauvetage, valider l'échappée. Une fois en l'air, suffisamment haut pour être sorti d'affaire, regarder un tout petit peu plus bas. Juste là. Trois, quatre centimètres sous le sternum, entre la douzième vertèbre thoracique et la première lombaire, en arrière de l'estomac. Là, précisément. Alors, prendre le temps. Faire doux, doux, tout. Pour cela, inspirer jusqu'à ce que la colonne d'air s'apaise et redescende s'enrouler dans le ventre. À ce stade, ôter ses souliers et entrer. En soi. Entier. Ne plus rien ajouter. Laisser simplement le regard réchauffer, tout, puis glisser le long de la trachée. Elle s'ouvre, évidemment. Pile au moment où le cœur recommence à tambouriner. Dehors ? La nuit scintille, désormais. Elle dessine un sommet. Voilà, boréeler c'est précisément ça : c'est revenir à soi très fort, très réel ; c'est devenir son propre fjord enneigé. C'est choisir l'aurore même dans la nuit d'hiver, c'est saupoudrer la brume d'or. Et merveilles. ■

BORÉELER : verbe frisson, verbe roche, verbe premier de cordée. Action de faire siennes les neiges éternelles. Méthode de haute montagne accessible même en basse peine, sans équipement spécifique ni frais réels.

ABONNEZ-VOUS !



OFFRE INTÉGRALE !

4 numéros
+ 2 hors-séries

41,90€

FRAIS DE LIVRAISON OFFERTS

// VERSION NUMÉRIQUE INCLUSE //

SIMPLE & RAPIDE

JE M'ABONNE SUR INTERNET

FLASHEZ OU RETROUVEZ CETTE OFFRE SUR thegoodconceptstore.com

The Good Life

BULLETIN D'ABONNEMENT

À RETOURNER ACCOMPAGNÉ DE VOTRE RÈGLEMENT À :
THE GOOD LIFE C/O TBS SERVICES - CS 60003 - 31242 L'UNION CEDEX

☐ **Oui,** je m'abonne à The Good Life

4 numéros + 2 hors-séries pour 41,90 €
(version numérique incluse)

Coordonnées du bénéficiaire de l'abonnement

Nom / Prénom .....

.....

Société .....

Adresse .....

.....

Code postal .....

Ville .....

Pays .....

Téléphone .....

Je renseigne mon adresse e-mail pour lancer mon abonnement :

E-mail .....

.....

Je joins mon règlement de 41,90 € par :

☐ Chèque à l'ordre de CÔTÉ MAISON - THE GOOD LIFE

Vous pouvez régler par carte bancaire en flashant le QR code ci-contre ou sur thegoodconceptstore.com

☐ J'accepte de recevoir des newsletters de la part de The Good Life.

☐ J'accepte de recevoir des offres de la part des partenaires commerciaux de The Good Life.

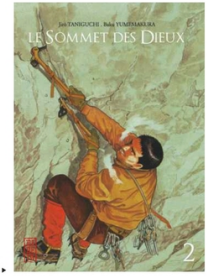
TGLSNN05

Offre valable 3 mois en France Métropolitaine à compter de la sortie de ce numéro.
Les informations sont destinées à Côté Maison SAS. Elles sont enregistrées dans notre fichier clients à des fins de traitement de votre abonnement. Elles pourront être cédées à des Partenaires commerciaux pour une finalité de prospection commerciale sauf si vous cochez la case ci-contre ☐. Conformément à la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978 modifiée et le Règlement européen n°2016/679, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de limitation, d'opposition et de suppression des données que vous avez transmises en adressant un courrier à CÔTÉ MAISON à l'adresse suivante : The Good Life - Service Abonnements – The Good Life - c/o TBS SERVICES CS 60003 - 31242 L'Union Cedex. Pour plus d'informations : https://thegoodlife.fr/informations-cookies/

Taniguchi, premier de cordée

Le dessinateur du *Sommet des dieux* est un mangaka paradoxal, dont l'esthétique navigue entre deux continents. Influencé par la BD européenne, Jirô Taniguchi a reçu une reconnaissance plus grande en France que dans son pays. Une passion qui a permis d'installer le manga dans les rayons des bibliothèques les plus exigeantes.

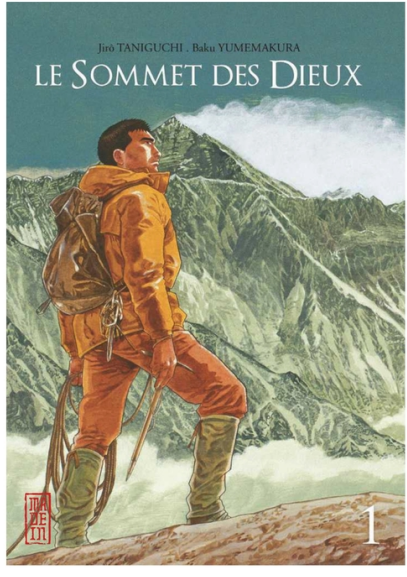
PAR CHRISTOPHE QUILLIEN



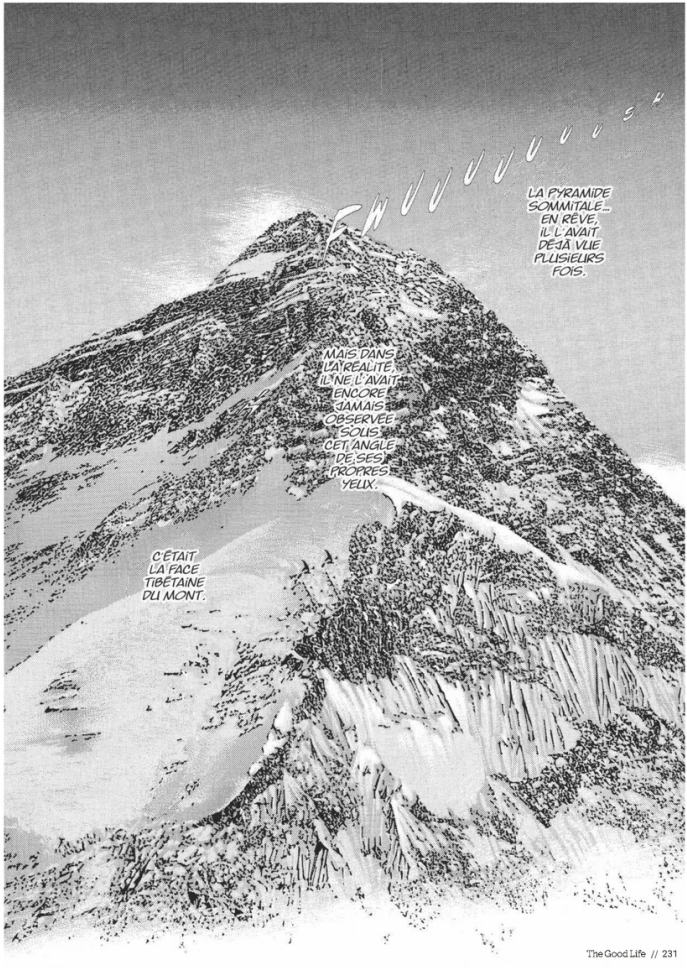
Alors qu'il déambule dans les rues de Katmandou, Fukamachi, un photographe japonais spécialiste de la montagne – et le personnage principal choisi par Jirô Taniguchi (1947-2017) pour la quête héroïque et spirituelle du *Sommet des dieux* –, pousse la porte d'une boutique de matériel d'alpinisme. Une découverte l'y attend. Celle d'un vieil appareil photo, un Vest Pocket autographic Kodak special. Il ne s'agit pas d'un modèle comme les autres. Selon Fukamachi, il pourrait avoir appartenu à George Mallory, l'alpiniste britannique disparu en 1924 lors d'une ascension de l'Everest. Le lendemain, comme pour le conforter dans son intuition, l'appareil lui est volé dans sa chambre d'hôtel. Décidé à éclaircir ce mystère – si son hypothèse était confirmée, elle viendrait bouleverser l'histoire de l'alpinisme –, Fukamachi cherche à remonter la piste qui s'ouvre devant lui. Au cours de ses investigations, il croise la route d'un certain Habu Jôji, un grimpeur légendaire qui s'est trouvé en possession de l'objet, lui aussi, et dont le destin hors du commun l'incite à s'intéresser de près à son parcours…

L'arrivée de la notoriété

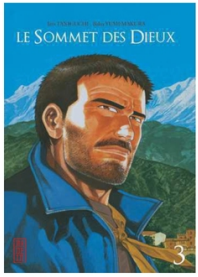
Le Sommet des dieux, adapté d'un roman de Baku Yumemakura, n'est pas le premier manga de Jirô Taniguchi consacré à la montagne. L'auteur avait préalablement mis en scène cet univers dans *K* et *Le Sauveteur*. Il récidivera avec un conte, *La Montagne magique*, qui délaisse le milieu de l'alpinisme pour aborder le thème de la montagne sous un angle fantastique et poétique. Lorsque *Le Sommet des dieux* est publié en France, à partir de 2004, Taniguchi jouit déjà d'une réputation de mangaka adepte de récits intimistes. Les lecteurs français l'ont découvert en 1995 avec *L'Homme qui marche*, hommage à la déambulation urbaine et aux joies simples de la contemplation. Mais c'est *Le Journal de mon père* et, ▸



PHOTOS : EDITIONS KANA



JIRÔ TANIGUCHI 2000-2005 ET BUNJI YONEMAKUBA 1994-1997 - ÉDITIONS KANA



occidentaux qu'au Japon. Dans son pays natal, il était volontiers considéré comme un auteur « littéraire ». Le succès de ses albums restait modeste – toutes proportions gardées, compte tenu de la popularité des mangas et de leurs chiffres de vente impressionnants au pays du Soleil-Levant. Cette appétence pour l'intime, Taniguchi la doit à son goût de la bande dessinée occidentale. Il l'a découverte à la fin des années 70, alors qu'il était l'assistant d'un dessinateur japonais. Enki Bilal, Mœbius et Philippe Druillet lui ont permis de se frotter à des univers graphiques inconnus au Japon et de s'essayer à de nouvelles formes de narration. *« C'était surtout la force du dessin,* raconte Taniguchi dans *L'Homme qui dessine* (Casterman, 2012), un livre d'entretiens avec le scénariste Benoît Peeters. *Et le fait que les informations étaient très nombreuses dans chaque case. Je trouvais là des cadrages qu'aucun dessinateur de manga n'avait encore tentés. Des compositions de pages complexes et surprenantes, et une très forte impression de réalisme. » Le Sommet des dieux,* qui associe l'aventure à une quête personnelle, a été adapté sous forme de dessin animé en 2021, récompensé l'année suivante, en France, par le César du meilleur film d'animation. ■

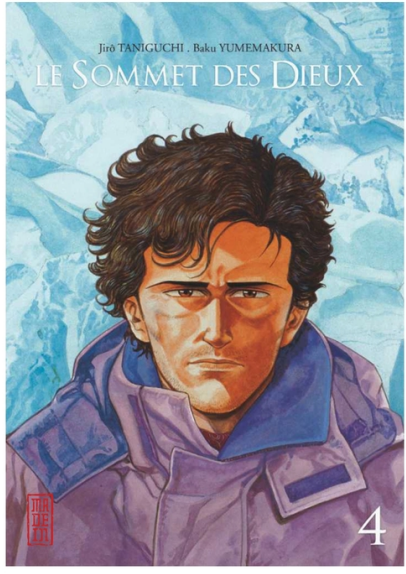
***Le Sommet des dieux*, 5 tomes, de Jirô Taniguchi, Kana.**

AUPRÈS DE BÉDÉASTES FRANÇAIS, JIRÔ TANIGUCHI DÉCOUVRE UN RÉALISME FORT

surtout, *Quartier lointain,* qui lui ont apporté la notoriété. Ce dernier met en scène un *salaryman* japonais de retour dans sa ville natale, où il découvre, au réveil d'une sieste improvisée, qu'il est revenu trente ans en arrière dans son corps d'adolescent. Au-delà de l'originalité du scénario, *Quartier lointain* a joué un rôle essentiel, au début des années 2000, dans la reconnaissance des mangas auprès des lecteurs français adultes, jusqu'alors persuadés, à tort, que la bande dessinée japonaise était réservée à la jeunesse.

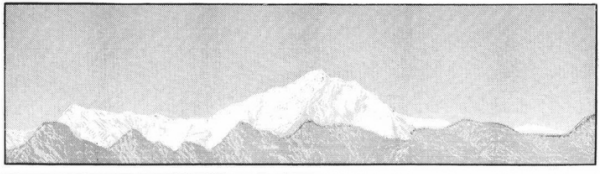
Mondes intérieurs

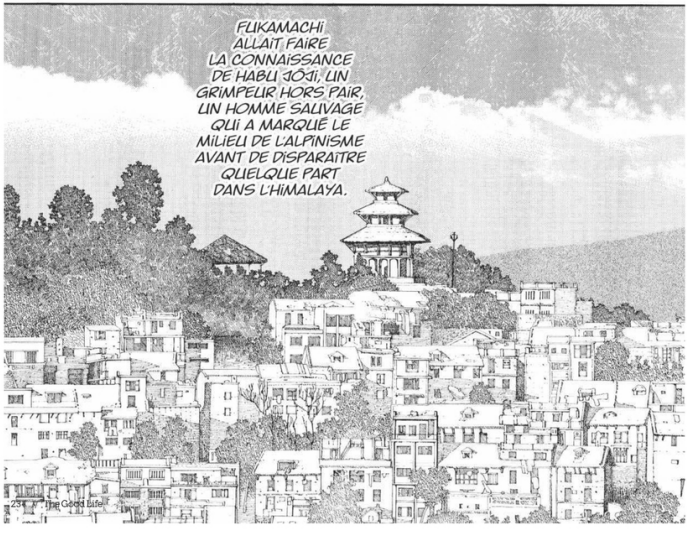
Maître de l'intimisme, influencé par les films d'Ozu et adepte d'une forme d'immobilisme dans son graphisme, Jirô Taniguchi ne s'est pourtant pas contenté d'explorer ce seul registre durant sa carrière. Il a abordé des genres aussi variés que le polar, le récit d'aventure ou, notamment avec *Au temps de Botchan,* le manga historique. Mais il a surtout excellé dans l'exploration des mondes intérieurs, et c'est ce qui lui a valu une notoriété plus affirmée auprès des lecteurs



JIRÔ TANIGUCHI 2000-2002 ET BAKU YUMEMAKURA 1994-1997 - ÉDITIONS KANA

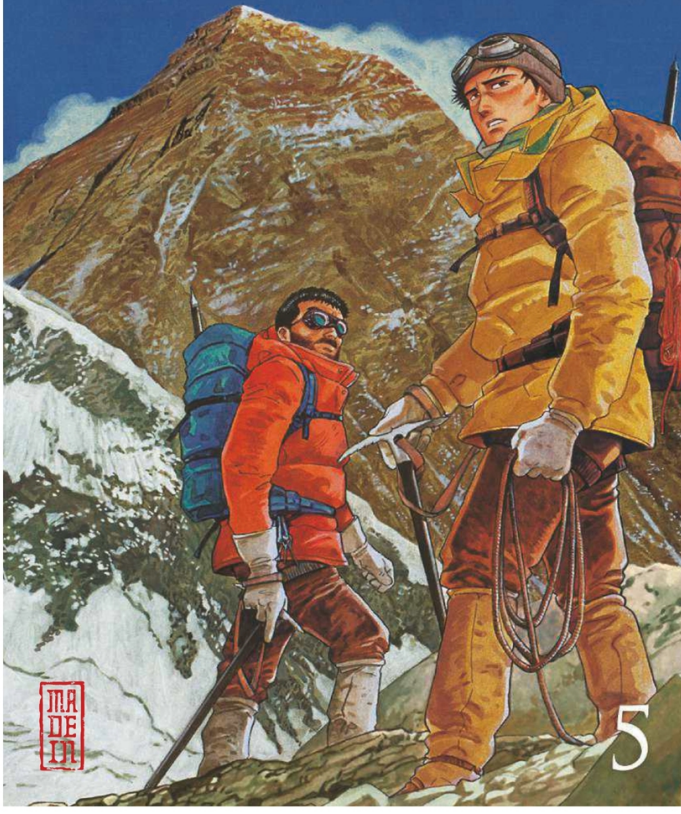

SAGARMATHA
CET APPAREIL PHOTO L'AMÈNERAIT À FAIRE UNE RENCONTRE.
IL IGNORAIT QUE QUELQUES JOURS PLUS TARD...




FUKAMACHI ALLAIT FAIRE LA CONNAISSANCE DE HABU JOJI, UN GRIMPEUR HORS PAIR, UN HOMME SAUVAGE QUI A MARQUÉ LE MILIEU DE L'ALPINISME AVANT DE DISPARAÎTRE QUELQUE PART DANS L'HIMALAYA.

Jirô TANIGUCHI, Baku YUMEMAKURA

LE SOMMET DES DIEUX



5

JIRÔ TANIGUCHI 2000-2003 ET BAKUJI YUMEMAKURA 1994-1997 - ÉDITIONS KANA

Les terres de l'exotisme

Grâce à une vente exceptionnelle, Bonhams Cornette de Saint Cyr relance au sein de son étude un département consacré aux arts d'Afrique, du Pacifique et des Amériques ; prévoyant ainsi de renouveler l'événement deux fois par an à partir de 2025.

PAR SERGE GLEIZES



1



2

L'engouement pour les œuvres d'art d'Afrique, du Pacifique et des Amériques, de cet ailleurs si lointain, réside dans le mystère qui les entoure. *« On ne sait pratiquement rien d'elles »*, commentent les spécialistes Émilie Jolly et Tim Teuten, à l'origine de cette vente qui aura lieu à Bruxelles. Pas d'époque précise en matière de réalisation. On sait seulement que la trentaine de pièces exposées datent pour la plupart du XIXe siècle. Pas de signature non plus, pas d'information sur les matériaux, si ce n'est sur les bois dont les pièces sont faites, souvent exotiques, et provenant de la République démocratique du Congo, d'Indonésie, de Nouvelle-Bretagne. Ce que l'on ressent en revanche, ce sont leurs ondes mystiques et protectrices. Certaines viennent d'ailleurs de l'île de Pâques, et l'on sait combien ce bout de terre perdu dans les eaux polynésiennes est nimbé de mystère. Ce que l'on connaît davantage, c'est leur appartenance, souvent prestigieuse. Car l'art tribal fut à la mode à l'époque du surréalisme. André Breton l'a collectionné passionnément, ou encore l'industriel, collectionneur et critique René Gaffé, dont l'importante collection fit l'objet d'une vente chez Christie's en 2001. Ce n'est pas pour rien que cette vente s'est inscrite dans le Parcours des mondes qui eut lieu en septembre, à Paris, à Saint-Germain-des-Prés, et surtout dans les expositions consacrées aux 100 ans du surréalisme organisées en cette fin d'année – notamment la grande rétrospective du Centre Pompidou qui a lieu jusqu'au 13 janvier.

Vente le 12 décembre, Bonhams Cornette de Saint Cyr, 89, chaussée de Charleroi, Bruxelles. bonhams.com

1. Poulie de métier à tisser gouro, Côte d'Ivoire.
2. Coupe kuba, RD du Congo.
3. *Femme aux deux plateaux de fruits, entourée d'oiseaux*, Baya.



3

GROS & DELETTREZ

Les charmes de l'Afrique du Nord

Cette maison parisienne a fait des ventes de tableaux orientalistes un rendez-vous annuel. Cette nouvelle mise aux enchères rassemble deux styles d'orientalisme au sein d'une même collection. D'une part, cinq toiles (à partir de 40 000 €), ainsi que des manuscrits d'Étienne Dinet (1861-1929), peintre français de la fin du XIXe siècle tombé amoureux de l'Algérie et qui a fait tout dernièrement l'objet d'une rétrospective à l'Institut du monde arabe, à Tourcoing, puis à Paris. D'autre part, une dizaine d'œuvres plus contemporaines de l'artiste algérienne Baya – Fatma Haddad (1931-1998) –, retraçant dans des gouaches turquoise, rose indien et émeraude des portraits de femmes de sa terre natale (à partir de 4 000 €).

Exposition le 16 décembre de 11 h à 18 h ; vente le 17 décembre à 14 h, salle 15, 9, rue Drouot, Paris 9e. drouot.com . Gros & Delettrez, 22, rue Drouot, Paris 9e. gros-delettrez.com

TURQUIN, PINTA

Bayser, union d'expertises

Expert en peintures anciennes depuis 1987, riche d'une documentation de 600 000 photos et d'une bibliothèque de 20 000 ouvrages, le cabinet Éric Turquin vient d'accueillir dans son capital Stéphane Pinta, son collaborateur depuis dix-huit ans, qui connaît également fort bien le secteur pour avoir été restaurateur de tableaux anciens et galeriste.

Il a également accueilli Louis, Matthieu, Augustin et Patrick de Bayser, à la tête de la galerie du même nom, spécialisée en dessins anciens et fondée par Rose-Anne et Patrick de Bayser en 1936. De plus, ils étaient logés depuis des années sous le même toit, mais à des étages différents, cela rapproche.. De quoi renforcer les liens solidement tissés avec des maisons de vente en Suède, Belgique, Suisse, Espagne, aux Pays-Bas et au Canada.

Éric Turquin Expertise et de Bayser, 69, rue Sainte-Anne, Paris 2e. turquin.fr et debayser.com

PHOTOS : BONHAMS CORNETTE DE SAINT CYR – BAYA / GROS & DELETTREZ

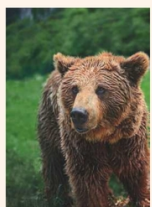


L'AUSTRALIE À VOTRE TABLE

Pour surprendre et ravir vos invités tout en sublimant vos repas de fête, pourquoi ne pas vous aventurer au-delà de nos frontières nationales, voire de celles de l'Europe, et servir de grandes cuvées australiennes, élaborées par le célèbre domaine Penfolds ? Lavinia propose une remarquable sélection des cuvées les plus réputées de Penfolds, notamment Bin 144 Yattarna Chardonnay, considérée par les critiques de vin français comme l'un des meilleurs chardonnays du monde, dans la lignée des grands vins de Bourgogne. Il a fallu 144 essais avant que le maître de chai estime qu'il était prêt à être commercialisé, d'où le nom de Bin 144. Si ses chardonnays ont acquis une renommée planétaire ces dernières années, Penfolds a bâti sa réputation de classe mondiale au cours de 180 ans d'existence, notamment grâce à ses vins rouges et en particulier ceux élaborés à partir des cépages syrah et cabernet sauvignon. Deux exemples éloquents : la cuvée Bin 798 Shiraz, provenant de la fameuse Barossa Valley, en Australie-Méridionale, et la cuvée Bin 169 Coonawarra Cabernet Sauvignon. Les vins Penfolds sont non seulement idéals à servir pendant les fêtes de fin d'année pour faire passer vos repas dans une autre dimension, mais ce sont également des cadeaux originaux à offrir à l'amateur de vin de votre vie grâce à leur grand potentiel de vieillissement.
lavinia.com

L'ÉCOTOURISME DANS LES ASTURIES

Faites l'expérience de l'écotourisme dans les Asturies : parcourez les sentiers, découvrez la faune et la flore locales, pratiquez des activités respectueuses de l'environnement… et venez observer l'ours brun, l'un des meilleurs spectacles que nous offre la nature dans le nord de la péninsule Ibérique ! Le dernier recensement de la population d'ours effectué en Espagne évalue à plus de 370 le nombre d'ours dans les monts Cantabriques, les Asturies accueillant plus de 80 % d'entre eux. La réintroduction de l'ours brun des Cantabriques représente un travail de plus de quarante ans, qui a permis à cette espèce d'échapper à l'extinction qui le menaçait, dont le risque avait atteint son niveau le plus élevé dans les années 80 et 90. Aujourd'hui, les ours sont devenus non seulement un symbole des Asturies, mais aussi un atout économique, grâce aux initiatives entrepreneuriales autour de leur observation, activité liée à l'écotourisme et pour laquelle ces animaux constituent l'un des atouts les plus précieux.
turismoasturias.es/fr



PHOTOS : DDP – STÉPHANE FELICITÉ – LAURA KNOX



ÉLÉGANTS SOUS LA PLUIE

Beau Nuage, marque fondée en 2016 par Antoine et Aurélien, réinvente l'accessoire de pluie avec une vision moderne et écologique. Inspirée par le climat londonien, la marque transforme le parapluie en un produit élégant et fonctionnel. En 2020, Beau Nuage adopte une démarche écologique en utilisant des toiles en plastique recyclé (rPET), affirmant son engagement pour l'environnement. Cet automne-hiver 2024, Beau Nuage lance sa première collection de prêt-à-porter, comprenant des imperméables et des polaires dans les coloris noir, kaki et rose. Mais aussi une parka pour les journées plus fraîches. Ces vêtements unisexes, à la fois tendance et techniques, sont fabriqués à partir de matériaux recyclés certifiés GRS, témoignant d'un souci de durabilité.
beau-nuage.fr



BOMBAY SAPPHIRE X THOMAS LÉLU, LA COLLAB LA PLUS DESIGN À OFFRIR POUR CETTE FIN D'ANNÉE

Bombay Sapphire, marque emblématique de gin connue pour son iconique bouteille bleue, s'associe cette année à l'artiste Thomas Lélu pour réinventer son emblématique verre ballon. Indispensable pour la réalisation d'un gin tonic, sa forme arrondie assure une concentration des arômes du gin pour une meilleure richesse en bouche. Ce n'est donc pas un hasard si Bombay Sapphire en a fait son verre signature. Un verre sublimé par la touche impertinente si unique de Thomas Lélu. Design et tendance, présenté dans un coffret en édition très limitée, c'est l'attention parfaite à offrir ou à s'offrir pour cette fin d'année ! On se presse sur le site Cocktails & Cie pour s'assurer de le retrouver sur nos tables de fin d'année !
cocktailsetcie.com



10 CHOSES À ÉVITER DEVANT UN FEU DE CHEMINÉE

Rien de plus prosaïque, et pourtant… Cette simple activité bucolique peut tourner au grand n'importe quoi.

PAR FRANÇOIS SIMON

01. Complexifier la configuration. Est-il nécessaire d'ajouter le canon de Pachelbel, le dernier disque de Booba, les meilleures blagues de Bigard en fond sonore ? Non, un feu de cheminée demande du druidique, de l'épure. Lumière basse, voire pas de lumière, et silence pour délivrer une bande-son merveilleuse : les craquements irréguliers de la flambée, sa respiration fringante…

02. Oublier les principes de base. Une cheminée, cela s'entretient une ou deux fois par an, histoire d'éliminer les suies et la créosote. Et de ne pas faire l'actualité sur France 3 Régions.

03. Lésiner sur le bois. Bien sûr, c'est tentant d'enfourner n'importe quoi tant on a hâte de faire crépiter la baraque. Éviter les bois trop verts : ils vont encrasser votre cheminée. Misez sur les vieilles bûches, bien sèches. Au demeurant, il existe des testeurs d'humidité (maxi 20 %) livrés lors de l'installation de votre cheminée…

04. Vaquer ailleurs. Si le foyer est ouvert, le jeu est bigrement dangereux. Un petit éclat et votre tapis tibétain se consume en cinq minutes, le plancher l'accompagne dans cette effervescence joyeuse et la maison de famille avec. Pas mal, non, pour être allé juste prendre un petit verre de chardonnay en cuisine ?

05. Tout donner à l'allumage. Comme c'est tentant de rejouer *Apocalypse Now*, le stade de France et *Highway to Hell* en versant de l'essence, du gasoil ou autre accélérateur. Même si c'est hyperjouissif, vous risquez d'avoir les sourcils arasés. Ce qui du reste pourrait fort bien vous aller.

06. Le confondre avec un vide-ordures. Le feu de cheminée est une personne respectable. Inutile de lui filer vos pièces jaunes, les emballages en plastique, les produits traités ou autres saloperies industrielles, vous risquez d'avoir une modification de l'approche cognitive, une détérioration de vos chaînes neuronales.

07. Le nourrir jusqu'à étouffement. Halte-là ! Nous ne sommes pas à Rouen, et que nous sachions, Jeanne d'Arc ne se trouve pas parmi vos invités ce soir. Évitez de trop empiler, même si cela réjouit en vous une dimension sacrificielle et vraisemblablement sadique. Sinon, allez-y franco : bottes de foin, jerrican d'essence et bâton de dynamite.

08. Le prendre pour la bonne à tout faire. D'accord, on peut y faire dorer des pommes de terre dans de l'aluminium, réchauffer le café, griller un T-bone, mais il y a un moment où ça suffit. Faire sécher du linge devant la cheminée appartient à ce genre d'activité qui peut déboucher sur l'intrusion massive de pompiers dans votre salle de bains de séjour.

09. Oublier les détecteurs de fumée. Pardon, vous allez sursauter de votre torpeur additionnée de syrah, mais depuis vingt minutes votre salle de séjour disparaissait sous un épais nuage de fumée, et vous n'aviez rien remarqué…

10. Rester à jeun. Exquise volupté du feu de cheminée : pain grillé, bon beurre salé, un verre de vin… On peut en faire un dîner et s'en souvenir toute la vie.

ILLUSTRATION : CHRIS BARETTE / IA

JACOBS DOUWE EGBERTS FR SAS | 79 BOULEVARD SAINT GERMAIN – 75006 PARIS | SAS AU CAPITAL DE 16 594 157, 70 EUROS.

L'OR

Succombez

À LA GOURMANDISE
DE NOS CAFÉS AROMATISÉS



POUR EN SAVOIR PLUS
SUR LA GAMME

ou lorespresso.fr

L'OR SANS DOUTE LE MEILLEUR CAFÉ DU MONDE

RICHARD MILLE



RM UP-01 FERRARI

Calibre ultraplat à remontage manuel
1,75 millimètre d'épaisseur
Réserve de marche de 45 heures (± 10 %)
Platine, ponts et boîtier en titane grade 5
Échappement ultraplat breveté
Sélecteur de fonctions
Édition limitée de 150 pièces

RICHARD MILLE

A Racing Machine On The Wrist

* LA PERFORMANCE MÉCANIQUE POUSSÉE À L'EXTRÊME