

#78
NOV/DEC
FR/UK

trends in riviera

Culture
La Maison Gainsbourg

Joaillerie
Très chics perles

Escapade
Échappée au coin du feu

Automobile | Beauté | Gastronomie | Horlogerie | Mode | Nautisme | Œnologie

TRANSMETTEZ-LEUR L'AVENIR

Le monde que vous construisez est unique.
Avec votre banquier privé, faites grandir votre patrimoine pour le mettre au service de votre vision.



C'EST VOUS L'AVENIR

SOCIETE GENERALE
Private Banking

Société Générale Private Banking (Monaco) S.A.M. est une Société Anonyme Monégasque, au capital de 7 650 000 EUR, enregistrée au RC Monaco 96 S03214, sise 11 Avenue de Grande Bretagne, 98000 Monaco, régie par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution et la Commission de Contrôle des Activités Financières. Les produits financiers commercialisés à Monaco peuvent être réservés à des investisseurs qualifiés conformément aux dispositions de la loi n° 1.339 du 07/09/2007 et de l'Ordonnance Souveraine n°1.285 du 10/09/2007. De plus amples détails sont disponibles sur demande ou sur www.privatebanking.societegenerale.mc. Octobre 2023.

Par Emilie Thevenin

édito

« Le pessimiste se plaint du vent,
L'optimiste espère qu'il tourne
Et le réaliste ajuste les voiles. »
William Arthur Ward

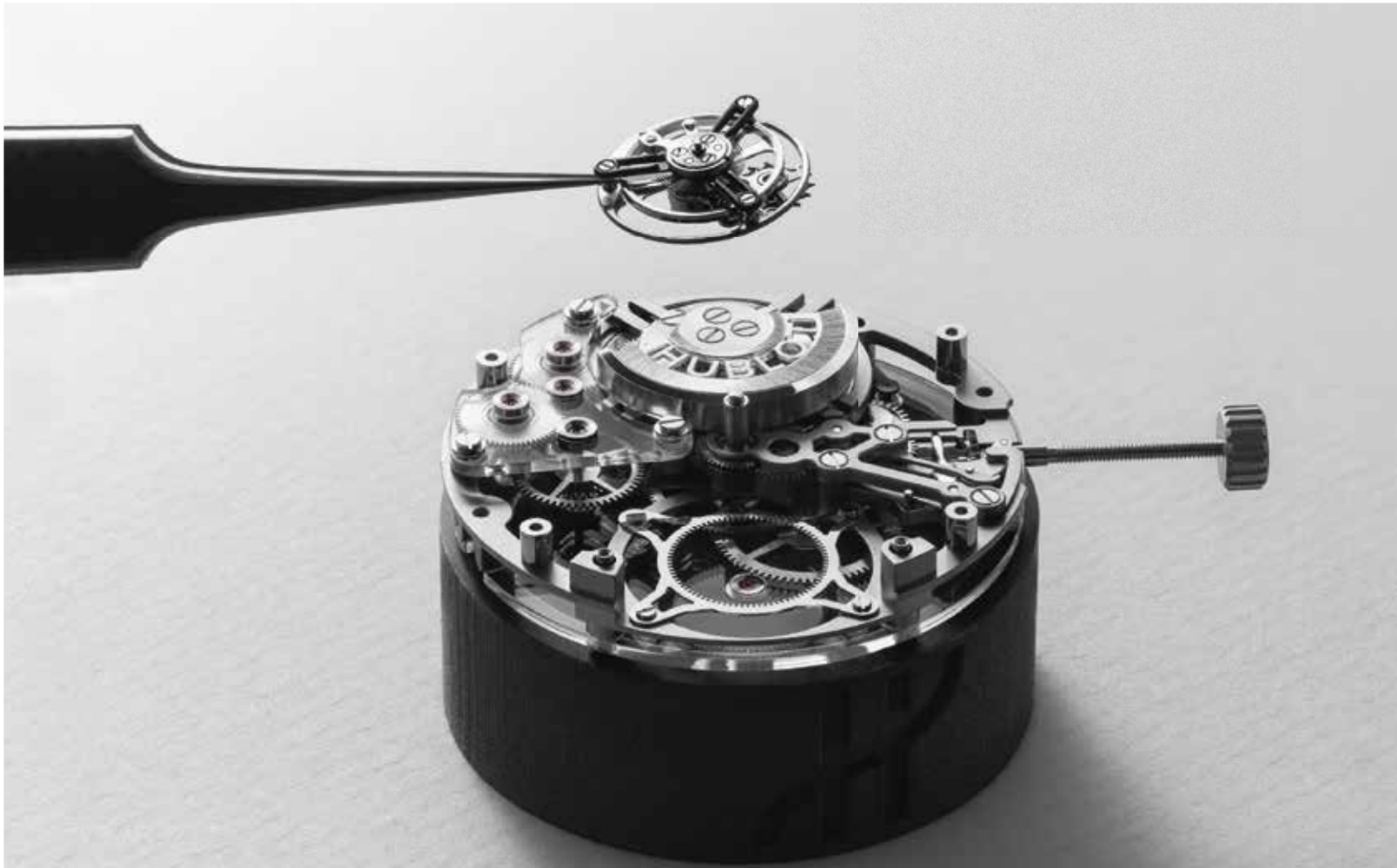
J'aurais vraiment adoré être optimiste. Souvent synonyme de naïveté ou de béatitude, cet état d'esprit m'a pourtant toujours fait rêver : inlassablement considérer le verre à moitié plein, s'interdire les conjonctions d'opposition comme « oui mais », ne percevoir l'orage qu'entre deux lumineuses éclaircies, entretenir des croyances utopiques comme la courageuse Frida Kahlo qui déclarait « Je viens d'une autre planète. Je vois toujours des horizons où tu dessines des frontières. ». Jusqu'ici que je pensais dur comme fer que cela reposait sur une nébuleuse question de génétique. Et bien que nenni. Voilà qu'une étude, tout ce qu'il y a de plus sérieuse, l'affiche haut et fort, l'optimisme dépend seulement pour moitié de l'ADN de notre grand-oncle Ferdinand et de notre cousine Josette. Pour le reste et bien en réalité, 'voir la vie en rose' cela se décide !

Se montrer optimiste après tout, ce n'est pas refuser de voir ce qui est triste, moche ou inéluctable dans la vie, c'est simplement choisir de regarder aussi ce qui est beau et qui nous met en joie. C'est préférer favoriser le positif comme moteur de nos initiatives et avoir inconditionnellement confiance en soi et en l'avenir. Décider de voir plus grand que notre petite espérance, car en effet si l'on demandait à une petite chenille quels sont les rêves qui l'animent nul doute qu'elle nous répondrait avec conviction qu'elle souhaite être plus grosse ou bien plus grande. Elle ne se doute absolument pas qu'un beau jour prochain, elle se réveillera, déploiera ses grandes ailes colorées et qu'elle partira à la découverte d'un monde bien plus grand que celui qu'elle imaginait.

Alors en bons optimistes, rêvons grand et changeons notre regard sur les choses.

Belle fin d'année 2023 !





HUBLOT

THE ART OF FUSION

BIG BANG INTEGRATED TOURBILLON

Boîtier avec bracelet intégré en texalium.
Mouvement tourbillon automatique
manufacture. Limité à 50 pièces.


HUBLOT
HUBLOT

trends in riviera



P.17 Tendance Art
Chanel au musée Victoria & Albert
Art Trends
Chanel at the Victoria & Albert Museum

P.20 Tendance Art
Alaïa /Grès, rencontre
Art Trends
Alaïa/Grès: Kindred Spirits

P.24 Tendance Culture
La Maison Gainsbourg
Culture Trends
Maison Gainsbourg

P.29 Tendance Art
L'Atelier des Lumières de Paris
Art Trends
Paris's Atelier des Lumières

P.32 Tendance Tête a Tête
Tête à tête avec Geneviève Berti
Interview Trends
Up Close with Geneviève Berti

P.38 Tendance Littérature
Pages de garde
Literary Trends
Cover Stories

P.42 Tendance Escapade
Échappée au coin du feu
Getaway Trends
Fireside Fantasia

P.48 Tendance Sport
Épopée hivernale au cœur des Alpes
Sport Trends
Winter Epic in the Heart of the Alps

P.52 Tendance Escapade
Cap sur le bonheur...
Getaway Trends
Heading for Happiness...

P.58 Tendance Déco
Instants Cocooning
Décor Trends
Homing Instants

trendsrivieramagazine Magazine trends in Riviera

Trends in Riviera www.trendsinriviera.com / N° 78 - Novembre-Décembre 2023 / Une publication de : Eurograph 1 Rue du Gabian 98000 Monaco
SAM au Capital de 300 000€ info@eurograph.mc / Directeur de la Publication : Laurent Gouin laurent@eurograph.mc /
Directrice de la Rédaction : Emilie Thévenin emilie@eurograph.mc / Directeur Artistique : Pascal Marchioni / Rédaction : Vincent Daveau / Tristan Gary /
Cécilia Artus / Lucie Guerra / Clara Aragoni / Emilie Thévenin/ Publicité: Laurent Gouin 0033 6 80 86 23 80 laurent@eurograph.mc
Crédit Photo couverture : Shutterstock : Alex AnnaButs / Traducteurs : Cats Traduction - Groupe Cats Monaco.


MAYABAY
THAI - JAPANESE
MONACO
LANTERN NIGHT
NEW YEAR'S EVE
DECEMBER 31 FROM 7:30PM
LIVE MUSIC. LIVE SHOW. LIVE DJ
MAYABAY.MC / +377 97 70 74 67 / @MAYABAYMONACO

trends in riviera



P.66 Tendance Œnologie
Bulles en fête
Wine Trends
Seasonal Sparklers

P.74 Tendance Gastronomie
L'Auberge du Moulin de Léré
Fine-Dining Trends
Auberge du Moulin de Léré

P.78 Tendance Automobile
Quand l'exclusivité devient réalité
Motoring Trends
When Exclusivity Becomes Reality

P.82 Tendance Automobile
Bentley Blower Jnr
Motoring Trends
Bentley Blower Jnr

P.86 Tendance Horlogerie
A l'heure des ambassadeurs
Timepiece Trends
Timely Ambassadors

P.98 Tendance Nautisme
THIS IS IT, catamaran futuriste
Yachting Trends
THIS IS IT: Futuristic Catamaran

P.102 Tendance Escapade
Necker Island, le paradis sur Terre
Getaway Trends
Necker Island: Heaven on Earth

P.108 Tendance Shopping
N'oublie pas mon petit soulier...
Shopping Trends
Stocking for Christmas

P.114 Tendance Patrimoine
Le Domaine de la Rose Lancôme
Heritage Trends
Domaine de la Rose Lancôme

P.118 Tendance Beauté
Surprises en beauté
Beauty Trends
Beautiful Surprises

P.122 Tendance Mode
Les tendances accessoires
Fashion Trends
Essential Accessories


PROUD TO BE
THE
ORIGINAL*
*Fier d'être l'Original
JAN
25
MON
Glashütte
ORIGINAL
Senator Excellence Quantième Perpétuel
Glashütte
ORIGINAL
glashuette-original.com
L'art horloger allemand depuis 1845.

COCHET PAÏS, L'ARCHITECTURE D'INTÉRIEUR POUR ADN

Fondé en 2007, le studio d'architecture d'intérieur Cochet Païs répond aux mêmes standards et exigences que les grandes maisons de luxe. Utilisant savoir-faire et artisanat tout en s'appuyant sur les techniques et technologies mises au service de leur métier, les femmes et les hommes Cochet Païs, sous l'impulsion des co-fondateurs Yannick Cochet et son cousin Gregory Païs, s'emploient à façonner des projets intemporels. Qu'il s'agisse d'un appartement, d'une villa, d'un restaurant ou d'un hôtel, tous deviennent des lieux de vie iconiques. Présents en Principauté de Monaco, ils ont également une agence au Cap d'Antibes et à Miami. Une maison ne pratiquant pas la création en série mais une série de créations uniques.
7, Avenue Grande Bretagne 98000 Monaco
Tel. 00 377 97 70 39 15 www.cochetpais.com

Cochet Païs: Interior Architecture for ADN
Founded in 2007, the interior architecture studio, Cochet Païs, meets the same standards and requirements as the big designer houses. Using expertise and craftsmanship and relying on the techniques and technology of their profession, the women and men of Cochet Païs, under the leadership of co-founders, Yannick Cochet and his cousin Gregory Païs, spend their time creating timeless projects. Whether it be an apartment, villa, restaurant or hotel, they all become iconic living spaces. Present in the Principality of Monaco, they also have an agency on the Cap d'Antibes and in Miami – here, it's all about designing a series of creations, not creating a series.
7 avenue Grande Bretagne, 98000 Monaco Tel: +377 97 70 39 15
www.cochetpais.com



UN SASS' CAFÉ ÉPHÉMÈRE À ALULA EN ARABIE SAOUDITE

Réunissant à la fois un restaurant, un bar live music et une boite de nuit, le SASS' Café accueille depuis 30 ans, les noceurs et les célébrités du monde entier qui s'y retrouvent pour faire la fête. Ce haut lieu des nuits monégasques est avant tout une histoire de famille, celle de Salvador Treves alias Sassa, qui a fondé l'établissement et de son fils Samy qui l'a rejoint dès son plus jeune âge. Mais à partir du mois de décembre, c'est au cœur du merveilleux site préservé d'AlUla en Arabie Saoudite, que les afficionados du SASS' Café pourront retrouver un opus éphémère de leur établissement préféré. Durant quatre mois, cette destination aux paysages à couper le souffle et au patrimoine historique classé à l'Unesco proposera dans ce pop-up tout ce qui fait le succès du SASS' Café, de sa cuisine savoureuse et chaleureuse à son ambiance festive et dansante au rythme de groupes musicaux de talent et des meilleurs DJ.

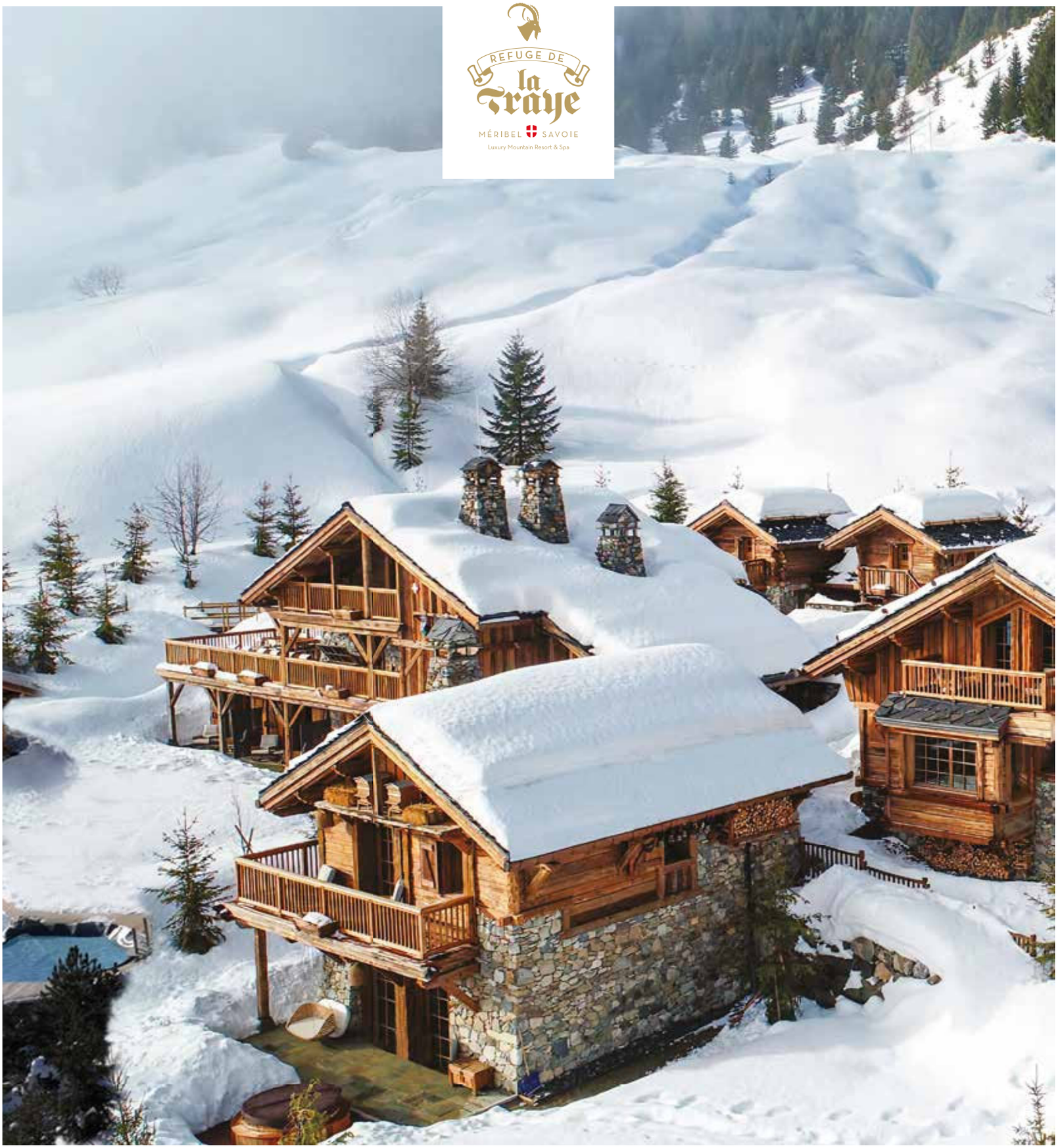
SASS' AlUla, Royaume d'Arabie Saoudite





Pop-Up SASS' Café in AlUla, Saudi Arabia
Combining a restaurant, live music bar and nightclub, the SASS' Café has for 30 years been welcoming revellers and celebrities from all over the world who meet there to party. This Mecca of Monte-Carlo nights is above all a family story, that of Salvador Treves, aka Sassa, who founded the establishment and his son, Samuel, who joined it at a very young age. However, from November, it is in the heart of the amazing heritage preservation site of AlUla in Saudi Arabia that SASS' Café aficionados will be able to find an ephemeral version of their favourite establishment. For four months, this destination with breathtaking landscapes and UNESCO-listed historical heritage will offer in this pop-up everything that makes the SASS' Café successful, from the tasty, inviting cuisine to the festive, dancing ambiance, featuring talented musical groups and the best DJs.

SASS' Café
AlUla, Saudi Arabia



REFUGE DE LA TRAYE

61 chemin Sainte-Appolonnie • 73550 Méribel Les Allues
+33 4 58 24 04 04 • reservation@refugedelatraye.com
www.refugedelatraye.com

« LA JOURNÉE MONÉGASQUE DE NEZ ROUGES » 2023



Comme chaque année depuis 19 ans, l'association monégasque « Les enfants de Frankie », fondée par Madame Francien Giraudi, organise le 6 Décembre prochain, la « Journée Monégasque des Nez Rouges ». Cette année, dans un souci de préservation de l'environnement, l'iconique petite balle en mousse rouge devient un astucieux shopping bag réutilisable tout de rouge vêtu. Vendu 2,50 euros, les bénéfices de cet évènement organisé avec le soutien de "EFG Private Banking" et en collaboration avec "Smiley World Limited" seront en faveur des enfants malades, atteints de handicap ou en situation précaire de Monaco et de la région PACA.
www.lesenfantsdefrankie.mc

Monaco Red Nose Day 2023
As every year for the past 19 years, the Monégasque charity, Les Enfants de Frankie, founded by Madame Francien Giraudi, is organising Monaco Red Nose Day on 6 December. This year, in the interests of preserving the environment, the iconic little red foam ball nose becomes a clever, reusable red shopping bag. Costing €2.50, profits from the event, organised with the support of EFG Private Banking and in collaboration with Smiley World Limited, will benefit sick children, those with disabilities and those in precarious situations in Monaco and the PACA region.

www.lesenfantsdefrankie.mc



MAYABAY MONACO LANTERN NIGHT



Annonçant le passage du passé au renouveau, la lanterne est en Asie un objet doté d'une forte symbolique. Réinventé pour l'occasion, le MAYABAY Monaco organisera un réveillon du 31 Décembre tout en finesse. Le fil conducteur de l'événement : la lumière. Dans la décoration bien sûr mais aussi dans l'animation. De nombreuses « live performance » signeront cette soirée qui de tamisée deviendra plus festive avec des artistes évoluant dans une « ambiance néon ». Des chanteurs de Geishas rythmeront cette expérience tandis que ces dernières seront les hôtesses d'un soir. Des cocktails inédits et des mets d'exception ponctueront ce moment jusqu'à minuit pour l'extinction des feux ! Une façon de commencer la nouvelle année... et l'autre partie de la soirée !

Sur réservation au 00 377 97 70 74 67 - 24, Avenue Princesse Grace à Monaco
www.mayabayrestaurant.com

Mayabay Monaco Lantern Night
Announcing the passage from the past to renewal, the lantern is an object with strong symbolism in Asia. Reinvented for the occasion, Mayabay Monaco is celebrating New Year's Eve on 31 December with finesse. The common thread of the event is light, as seen in the décor, of course, but also in the entertainment. Numerous live performances will mark the evening, which will become more festive with artists performing in a neon atmosphere. Geisha singers will perform, as well as acting as hostesses for the evening. Unique cocktails and exceptional dishes will be served until midnight, when the lights will be extinguished – a sign that the New Year – and the next part of the evening! - has begun.

Reservation: +377 97 70 74 67
24 avenue Princesse Grace, 98000 Monaco
www.mayabayrestaurant.com

UBALDI.com

TOUT POUR ÉQUIPER & AMÉNAGER LA MAISON



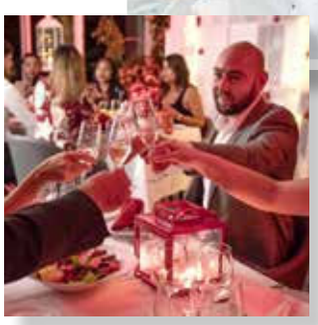
HI-TECH • ELECTRO • CUISINE • AMEUBLEMENT • LITERIE

Retrouvez-nous dans nos magasins
& sur notre site UBALDI.com

GOURMANDES FÊTES AU MÉRIDIEN BEACH PLAZA







A l'occasion des fêtes de fin d'année, Le Méridien Beach Plaza met les petits plats dans les grands avec un menu de Chef gourmand et un cadre féerique. Ici, pas de transfert en motoneige ou par téléphérique pour accéder à son restaurant L'Intempo, mais bel et bien une balade au travers une forêt de sapins illuminés à quelques mètres de la Méditerranée. Pour Noël et le Jour de l'An, le Chef cuisinier Laurent Colin propose un voyage culinaire dans les traditions festives de fin d'année, avec une sélection de plats aux saveurs authentiques dans un menu dégustation où se côtoient le chapon fermier Label Rouge rôti au miel et l'agneau confit de 7 heures aux aromates. La promesse d'une parenthèse gastronomique mémorable dans un esprit de convivialité.

Menus Dégustation du Réveillon de Noël et du Nouvel An à partir de 95€ par personne, hors boissons
Brunch de Noël et du Nouvel An : 155€ par personne, hors boissons

Réservations et informations :
L'Intempo – 22 avenue Princesse Grâce, Monaco
+377 9315 7888
lintempo.montecarlo@lemeridien.com



Gourmet Celebrations at Méridien Beach Plaza

For the end-of-year celebrations, the Méridien Beach Plaza is pulling out all the stops with a gourmet Chef's Menu and a magical setting. Here, there is no transfer by snowmobile or cable car to access the Intempo restaurant but rather a stroll through a forest of illuminated fir trees a few metres from the Mediterranean. For Christmas Eve and New Year's Day, Chef Laurent Colin offers a culinary journey into festive end-of-year traditions, with a selection of dishes with authentic flavours in a tasting menu featuring roasted Label Rouge farm capon with honey, as well as a seven-hour-cooked lamb confit with herbs - the promise of a memorable gastronomic break in a spirit of conviviality.

Christmas Eve and New Year Tasting Menus from €95 per person, excluding drinks
Christmas and New Year Brunch: €155 per person, excluding drinks

Reservations and information:
L'Intempo, 22 avenue Princesse Grace, 98000 Monaco
+377 9315 7888
lintempo.montecarlo@lemeridien.com

Le MERIDIEN
BEACH PLAZA

MONACO INFO

le podcast

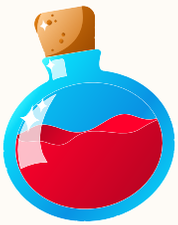


CEUX QUI FONT MONACO
SONT AU MICRO

À ÉCOUTER SUR TOUTES LES PLATEFORMES

www.monacoinfo.com

Par Patrick Raymond



Soixante dix-huitième Billet d'Humeur Doux Amer :

LA POTION MAGIQUE DE MONACO POUR L'EUROPE

Accord, pas Accord, Accord pas accord, Accord, pas accord… Non je n'essaie pas de vous hypnotiser, j'essaie juste grâce à l'usage du « toss », propre aux équipes de jeux collectifs, de vous expliquer comment ce débat entre Monaco et la Communauté Européenne a pu s'empêtrer. A la veille de cette fin d'année 2023, le mandat expirant des élus européens, la perspective d'un accord d'association entre Monaco et l'Europe a, si ce n'est été enterrée, du moins remise à des discussions futures avec le prochain Conseil élu.

Monakix face à l'Empire Européen

Au XXIème siècle, Monaco est le parfait exemple contemporain du village gaulois de cette bande dessinée aux allures de « Astérix et Obélix », les barricades de bois formant muraille étant ici remplacées par des immeubles de grande hauteur difficiles à franchir. Mais la comparaison ne s'arrête pas là. La Souveraineté affirmée de Monaco, constitutionnellement assumée, n'a pas à rougir de cette volonté farouche d'indépendance et de liberté du fameux village gaulois.

Revue des personnages, création d'un scenario

Goscinny source d'inspiration… Spéluguix et Ostendix, paisiblement installés sur leur « pointu » en bordure du Port Hercule, une canne à pêche à la main, ferrant le Saint Pierre en bout de palangrotte, se trouvent brinquebalés par des ondes méditerranéennes venant des profondeurs. Le sous-marin Europeplum fait surface, devant eux. A son bord sur la passerelle, le Capitaine de Vaisseau gesticule farouchement une lettre à la main : « Je dois remettre cette lettre à votre chef ! » dit-il. La surprise des deux acolytes passée, ils se saisissent de la lettre et l'emmènent à leur chef. Lecture : « Par décision unilatérale de l'Empire Européen, Monakix doit épouser nos règles et lois en renonçant expressément à tout ou partie de ce qu'elle a construit depuis 1297. A défaut, elle souffrira et mourra à petit feu, dans sa geôle dorée. Tel est le prix du maintien de son indépendance et de sa souveraineté ! ». C'est le début d'une histoire qui dura huit longues années. Je ne puis en quelques mots vous raconter tous les épisodes de peur de vous perdre, mais sachez tout de même qu'ils furent difficiles à vivre pour les villageois dont certains furent hypnotisés par le rêve d'ouverture que cela représentait à leurs yeux : « Enfin Monakix sera reconnue telle qu'elle est ! ». Ces mêmes villageois charmés par tant d'espoir se retournèrent contre les deux gardiens du temple du village. « Pourquoi êtes-vous si sceptiques ? Regardez, nous allons pouvoir leur vendre notre potion magique du mètre carré à un million d'écus et empocher enfin ce qui nous est dû ! » N'appelle-t-on pas cela le petit bout de la lorgnette ? Mais c'est pourtant ainsi que l'histoire s'arrêta brusquement, comme ça !



Mais savez-vous pourquoi ? Et bien c'est ce qu'on appelle la morale de l'histoire : Monakix répondit ainsi à l'Empire Européen : « Même si Zézette épouse X, Monakix n'épouse pas, elle ne fait qu'embrasser, ni plus ni moins ! » « Nous, chef de Monakix, sur conseil d'experts de Spéluguix et Ostendix, nos plus fidèles parmi les fidèles, décidons de ne rien décider ! Ne serait-il pas plus avantageux pour tout le monde que les discussions s'arrêtent ou du moins se suspendent ? En effet, à bien y réfléchir, l'Europe et la Gaule auraient bien plus à perdre de nous intégrer que de nous laisser vivre notre vie empreinte de luxe, calme et volupté ! » (Il est à noter ici que la dernière partie de la phrase est empruntée au poète Gaulois Baudelairix…)

Le village Monakix vu par les morts…

Si le Prince Albert Ier de Monaco pouvait participer au débat il aurait sans doute dit : « Comment dites-vous ? Ils vous ont prévenus par sous-marin ? Les sous-marins ! L'expression même de l'arrogance d'une reconnaissance scientifique prétentieuse ! » Si Uderzo avait dû dessiner la première de Couverture : « Un caillou dans une chaussure » Si Jean-Paul II avait pu souffler à l'oreille du Pape François, il lui aurait dit : « Dieu a encore un peu de poids sur cette terre mais chut ! n'éveillons pas leur soupçon ! » Enfin si Marcel Pagnol avait encore pu s'exprimer… il aurait redit sa phrase « Ici les Arts peuvent vivre encore. A l'ombre de l'olivier sur le bord de la Mer Latine, là où l'autorité d'un seul garde la liberté de tous… »

Epilogue : la taille versus l'envie et la force…

Vulgarisons sans vulgarité : on a beau en avoir une petite, la conviction peut encore freiner des montagnes. La taille ce n'est pas tout, elle n'est que l'expression d'une certaine génétique, alors que la réflexion n'a pas de frontière et peut mettre à mal les principes les plus ténus. En d'autres termes, bien sûr que Monakix est européenne puisqu'elle appartient déjà au Monde… Mais cela est un autre discours, d'un autre temps ? Il semblerait que non finalement… « Pourvou que ça doure ! »

Cogitez ! Jusqu'à la prochaine fois !


SEASON'S
Greetings
Fairmont
MONTE CARLO

EXPOSITION UNIQUE



Terrasses de Fontvieille, Ancien Musée de l'Automobile,

25-29 av. Albert II MC 98000 Monaco

ENTRÉE LIBRE ET GRATUITE

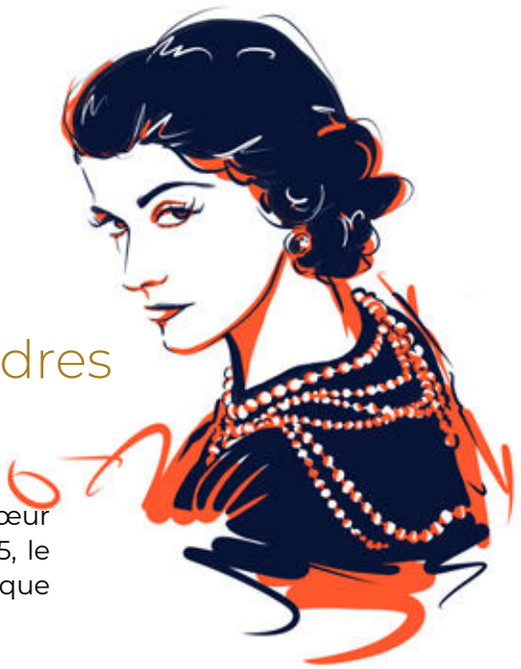
Exposition ouverte 7 jours sur 7 de 11 à 19h (sauf 25/12/2023 et 01/01/2024)

Informations : **www.centenairerainier3.mc** - Tél. : **+377 97 77 91 49**

Illustration : Alain André • Petit Bougou • - Remel Communication - 13883

Par Lucie Guerra

Ecrire l'histoire de CHANEL au musée Victoria & Albert de Londres



Elle a marqué la France par son talent inégalable, c'est désormais le cœur des Britanniques que Chanel va conquérir. Jusqu'au 25 février 2025, le musée Victoria & Albert de Londres retrace le parcours de l'emblématique créatrice de mode et met à l'honneur la diversité de son travail.

Que ma légende gagne du terrain, je lui souhaite une longue et heureuse vie », disait Gabrielle Chanel. Symbole de l'élégance à la française, s'il y a justement bien une chose que la célèbre couturière a su maîtriser avec brio, c'est de faire régner sa légende et son art au-delà de toutes les frontières. Jusqu'au 25 février 2024, celle que l'on surnomme Coco s'invite pour la toute première fois sur le sol britannique, au musée Victoria & Albert de Londres, dans le cadre de l'exposition *« Chanel – A fashion Manifesto »*, en partenariat avec le Palais Galliera de Paris. Un musée et plus de soixante ans d'histoire. Au détour de plus de 200 tenues, accessoires, parfums et bijoux, l'exposition revient sur le parcours de la créatrice, de ses premiers pas dans le monde de la mode, à sa dernière collection en 1971, en passant par la fondation de sa célèbre Maison de couture. Articulée chronologiquement autour de dix thématiques principales, elle invite dès le début à faire un bond dans le passé pour rejoindre les années 1910, lorsque Gabrielle Chanel ouvre sa première boutique de chapeaux au 21 rue Cambon à Paris, avant de s'expandre à Deauville et Biarritz. Posées délicatement sur le sol marbré du musée, chaque tenue semble être le récit de l'histoire et des valeurs de la couturière. Entre sobriété et minimalisme, elles témoignent d'une volonté de la créatrice de répondre aux besoins et d'être en accord avec son époque. *« Coco a compris que la vie d'après-guerre requérait de la simplicité et que la société avait radicalement changée »*, explique Emma Baxter-Wright dans son ouvrage *The Little Book of Chanel*. Elle affirme rapidement son style avec l'utilisation de couleurs neutres telles que le noir, le blanc, le rouge et le bleu marine, et de matériaux fluides, notamment le jersey, le tweed ou encore le velours. Son objectif était simple : créer des vêtements qui soient au service de la femme en alliant élégance et praticité. Pionnière dans la façon dont on s'habille aujourd'hui, elle a marqué son époque par ses choix osés. En lançant sa gamme des iconiques petites robes noires en 1926, elle devient *« la première à utiliser [le noir] d'une façon si discrète, pour des tenues de jour comme de nuit »*, explique l'autrice. Mais c'est surtout avec son célèbre tailleur qu'elle a marqué les esprits. L'exposition en met plus d'une cinquantaine en avant, symbolisant la vision d'élégance, de confort et d'intemporalité à laquelle aspirait Chanel. Parmi les pièces référencées, se trouvent certains vêtements d'une grande rareté : une robe datant de 1916, la plus ancienne confectionnée par la couturière, mais également des costumes originaux pour le ballet russe *Le Train Bleu* en 1924, et des tenues pensées pour des actrices Hollywoodiennes comme Lauren Bacall et Marlène Dietrich. Entre les années 1920 et 1930, Coco Chanel s'ouvre à d'autres arts par le biais de rencontres avec Jean Cocteau, Erik Satie ou encore Pablo Picasso.



® Gabrielle Chanel, 31 rue Cambon, Paris, 1937. Photo by Roger Schall

En plus du prêt-à-porter et de la haute couture, elle ajoute une nouvelle corde à son arc et s'adonne aux costumes de danse, de théâtre et de cinéma. Bijoux, sacs et parfums ont également une place de choix au V&A. Impossible d'évoquer l'histoire de Coco sans parler de ses imposantes parures de perles, de son mythique sac matelassé 2.55 ou de son *« accessoire invisible »,* le Chanel N°5. Plus qu'une simple couturière, elle a su dépasser les frontières de son art pour magnifier la femme dans son entièreté. *« Je ne regrette rien dans la vie, à l'exception de ce que je n'ai pas fait »*, disait-elle. L'exposition le prouve bien, Gabrielle Chanel a su exceller dans tous les domaines.



Gabrielle Chanel. Fashion Manifesto at the V&A ® Victoria and Albert Museum, London (38)

CHANEL HISTORY LESSON

AT THE VICTORIA & ALBERT MUSEUM, LONDON

Having seduced France with her unrivalled talents, Gabrielle Chanel is now conquering the hearts of the British: until 25 February 2024, the Victoria & Albert Museum (V&A) is retracing this iconic fashion designer's career, highlighting the diversity of her work.

"May my legend prosper and thrive. I wish it a long and happy life," Gabrielle was fond of saying. The very essence of French elegance, if there was one thing this famous couturière could master it was to expand the reign of her legend and art beyond all borders. Between 16 September 2023 and 25 February 2024, Gabrielle – or Coco for short – Chanel is making her very first foray onto British soil, at London's V&A with the exhibition, Chanel – Fashion Manifesto, in partnership with the Palais Galliera in Paris. Here, Chanel's 70-something-year history is on show, via more than 200 outfits, accessories, perfumes and pieces of jewellery, covering the designer's whole career, from her first steps into the fashion world to her last collection in 1971 and including the foundation of her famous fashion house. In chronological order and set around 10 principal themes, the exhibition immediately transports visitors back to the 1910s, at a time when Gabrielle Chanel opened her first hat shop at 21 rue Cambron in Paris, before expanding to Deauville and Biarritz. Delicately displayed on the V&A's marble floors, each outfit seems to embody the story of Chanel's values and history. A combination of refinement and minimalism, the clothes show the designer's desire to meet people's needs and to be in harmony with her times.



® Victoria and Albert Museum, London



Gabrielle Chanel. Fashion Manifesto at the V&A ® Victoria and Albert Museum, London (38)

As Emma Baxter-Wright puts in her her book, The Little Book of Chanel, “Coco understood that post-war life required simplicity and that society had radically changed.” She quickly developed her own style, using neutral colours like black, white, red and navy blue, as well as fluid fabrics such as jersey, tweed and velvet. Her aim was simple: to create clothes that would enhance women, combining elegance and practicality. As a pioneer of the way we dress today, Gabrielle Chanel made an impression at the time with her daring choices. When she launched her first range of legendary little black dresses in 1926, according to Baxter-Wright, “she became the first to use black in such a discreet manner, for both day wear and evening wear.” However it was, above all, her famous Chanel suits that attracted the most attention and there are over 50 of them in this exhibition, symbolising the vision of elegance, comfort and timelessness to which she aspired. Amongst the pieces on show at the V&A, some are extremely rare, such as a dress dating from 1916, the oldest one made by the designer, as well as original costumes created for the 1924 Russian ballet, Le Train Bleu and outfits designed for Hollywood actresses like Lauren Bacall and Marlene Dietrich. In the 1920s and 30s, Coco Chanel embraced other artistic forms, having met the likes of Jean Cocteau, Erik Satie and Pablo Picasso. As well as ready-to-wear and high fashion, she added another string to her bow, designing costumes for dance, theatre and cinema. The V&A also gives pride of place to Chanel jewellery, bags and perfumes: it is impossible to talk about the history of the brand without mentioning imposing pearl sets, or the legendary padded 2.55 bags and, of course, the “invisible accessory”, Chanel N°5 scent. More than just a fashion designer, Gabrielle Chanel was able to go beyond the boundaries of her art and enhance women in their entirety. As she herself used to say, “I regret nothing in life except what I have not done,” - and this exhibition serves as proof that Chanel excelled in all domains.



Marilyn Monroe applying Chanel N°5, photograph by Ed Feingersh, 1955, New York. ® Ed FeingershMichael Ochs Archives Getty Images

CHANEL – A FASHION MANIFESTO
JUSQU’AU 25 FÉVRIER 2024
Victoria & Albert Museum
Cromwell Road, SW7 2RL, Londres



© Fondation Alaïa/Gres

Par Lucie Guerra

ALAÏA /GRÈS

Rencontre entre deux sculpteurs de la mode

Jusqu'au 11 février 2024, la Fondation Alaïa explore les liens qui unissent le travail de Azzedine Alaïa et Madame Grès. Couturiers mais également sculpteurs dans l'âme, ces deux créateurs ont marqué le monde de la mode par leurs tenues uniques et leur perception singulière de la couture.

Lorsque l'on arrive à la Fondation Azzedine Alaïa, cachée au fond de cette discrète cour végétalisée de la rue de la Verrerie à Paris, plus un bruit se ne fait entendre. Sous cette immense verrière à l'aspect industriel et moderne, des dizaines de robes trônent dans la pièce, telles des sculptures dans un musée. Rouges, noirs, bleus, crèmes, les tons se veulent sobres mais apportent une touche de fantaisie à un lieu lui-même empreint d'une évidente sobriété. Pourtant, au milieu de toute cette neutralité, règnent une vitalité irréfutable, une élégance indéniable, un génie créatif inégalable. Jusqu'au 11 février 2024, deux créateurs des plus influents dans l'univers de la couture sont mis à l'honneur dans le cadre de l'exposition « Alaïa / Grès : Au-delà de la mode » : Azzedine Alaïa (1935-2017) et Germaine Krebs (1903-1993), plus communément appelée, Madame Grès.

Deux artistes, deux visions, deux époques... Si d'apparences, les deux couturiers ne semblent pas avoir grand-chose en commun et que rien n'atteste qu'ils se soient un jour réellement rencontrés, une fois leurs créations mises côte à côte, on pourrait croire qu'ils ne font qu'un tant leur travail laisse paraitre de troublantes similarités. En parallèle d'une robe du soir en velours noir pensée par Madame Grès dans les années 1960, une robe longue très semblable, elle aussi en velours, mais imaginée par Azzedine Alaïa pour une collection de haute couture Automne/Hiver en 2014. Sans se donner pour objectif de répondre à des tendances ou au calendrier extrêmement précis imposé par le monde de la mode, les deux couturiers ont pour maître-mot l'intemporalité, créant ainsi des « robes faites pour durer », précise Azzedine Alaïa. Investis dans l'élaboration de chacun de leurs vêtements, ils font partie des rares créateurs à assister à chaque étape, de la conception à la confection. « Oui, je fais tout moi-même... Je prépare ma toile, je l'épingle... ensuite je taille, je coupe, je sculpte le tissu », explique Madame Grès.



© Fondation Alaïa/Gres

Loin de toute excentricité, tous deux délaissent les artifices pour travailler en toute simplicité leurs matériaux de prédilection : le jersey pour elle, la maille souple pour lui, mais aussi le velours et la mousseline. À travers leurs tenues, ils vont au-delà de la mode : c'est l'art dans sa globalité que les deux couturiers convoquent, et plus particulièrement, leur passion commune pour la sculpture. Alors que l'une rêvait à tailler la pierre jusqu'à prendre « Grès » pour surnom, l'autre l'étudiait aux Beaux-Arts. Et cette fascination se retrouve jusque dans leurs robes ivoire et beige qui, par leur jeu de drapés, donnent l'illusion d'être celles portées par des statues représentant des déesses venues de l'Olympe. Tels des sculpteurs, ils façonnent le tissu au service des femmes et des courbes de leurs corps. « Quand je travaille sur un mannequin, c'est comme si je manipulais de la glaise. Je moule, je monte, je démonte, je couds, je découds. C'est par l'infini des gestes et des essais, par le travail de la main que je me suis initié à la coupe et que sans doute j'ai percé une partie de son mystère », détaille d'ailleurs le couturier franco-tunisien.

Percer les « mystères » du vêtement, révéler les secrets les mieux gardés des couturiers : avec cette exposition, ce n'est pas que le talent de deux créateurs que la fondation met en avant. Là, en haut d'un grand escalier en bois, se cache le studio de Azzedine Alaïa, accessible au public depuis peu. Un lieu unique, où le temps a été figé. Les boites de boutons sont empilées, les machines à coudre semblent prêtes à surpiquer, les patrons attendent d'être assemblés. Pas une plume n'a été bougée depuis sa disparition en 2017. S'il affirmait que « sans modèle vivant, [il est] incapable de commencer une robe », on l'imagine aisément en plein processus créatif au milieu de ce chao organisé, paré à bouleverser une nouvelle fois le monde de la mode avec l'une de ses créations.



© Fondation Alaïa/Gres



© Fondation Alaïa/Gres

ALAÏA/GRÈS

KINDRED SPIRITS IN FASHION AND SCULPTURE

The Fondation Alaïa has an exhibition until 11 February 2024 that explores the similarities that connect the work of Azzedine Alaïa and Madame Grès, both sculptors at heart and both designers who have marked the fashion world with their unique outfits and particular perception of what couture is.

As you approach the Fondation Azzedine Alaïa, nestled at the end of a private, greenery-filled courtyard in Paris's rue de la Verrerie, you could hear a pin drop. Beneath a huge, industrial-looking, modern glass roof, dozens of dresses dominate the room, like sculptures in a museum. In shades of red, black, blue and cream, the colours are understated but they bring a touch of fantasy to this place which in itself is also on the understated side. Nevertheless, amongst all this neutrality, there reigns an undeniable vitality, elegance and unrivalled creative genius. This exhibition, between 11 September 2023 and 11 February 2024, highlights two of the most influential designers in the world of high fashion: Azzedine Alaïa (1935 to 2017); and Germaine Krebs (1903 to 1993), more commonly known as Madame Grès. Two different designers with two different visions from two different eras: if, at first glance, they seem to have little in common and there is no proof that they ever met in real life, once you see their creations side by side, you could be forgiven for believing they are by the same designer, so similar is their work. Placed next to a black velvet evening gown by Madame Grès from the 1960s is a very similar long, black dress designed by Azzedine Alaïa for his Autumn/Winter 2014 haute couture collection. Neither of the two designers were concerned with fashion trends or with the very strict calendar of the fashion world; and for both it was all about timelessness, creating "dresses made to last," as Azzedine Alaïa would say. They were both heavily involved in the creation of each piece, which is rare in couture, from design to production. As Madame Grès explained, "Yes, I do everything myself. I prepare the material, I put in the pins. Then I measure, cut and sculpt the fabric."





Shunning eccentric trends, both designers avoided artifice and concentrated on simply working with their favourite fabrics: jersey for her and knits for him, as well as velvet and chiffon. The designs of both these artists go beyond fashion, evoking art in a global sense and, in particular, their shared passion for sculpture. Whilst Madame loved sculpture so much that she gained the nickname Grès (French for sandstone) as a result, Monsieur studied sculpture at Paris's Ecole des Beaux-Arts. This fascination can be seen in their ivory and beige dresses which, with their clever draping, give the impression of being worn by goddesses on Mount Olympus. Just as a sculptor would, both designers manipulate fabric to suit the curves of a woman's body, as Azzedine Alaïa, who is of Franco-Tunisian origin, underlined: "When I work with a model, it's as if I am using clay: I mould, I dress, I undress, I sew, I unpick... with endless handiwork and fittings and the work I do by hand, I have taught myself to cut and that is probably how I have managed to solve some of the mystery of design." This exhibition may be about solving the mystery of clothing design and revealing the best-kept secrets of high fashion designers but it is not just the talent of these couturiers that is on show here. At the top of a big, wooden staircase hides Azzedine Alaïa's design studio, opened to the public a short time ago. It is a unique place, where time has been frozen. There are piles of button boxes, the sewing machines look ready to stitch and patterns are waiting to be assembled. Not a needle has been moved since Alaïa's passing in 2017. He used to say that without a live model he would be unable to start designing a dress and you can easily imagine him here, in full creative swing amidst this organised chaos, ready to stun the world once again with a new creation.

ALAÏA / GRÈS :
AU-DELÀ DE LA MODE
JUSQU'AU 11 FÉVRIER 2024
FONDATION AZZEDINE ALAÏA
18, rue de la Verrerie, 75004, Paris





Redonner vie à une icône avec

LA MAISON GAINSBOURG

© Tony Franck

Par Lucie Guerra

MAISON gainsbourg

Lieu de vie, lieu d'art, lieu d'inspiration, la Maison Gainsbourg a vu le jour à Paris en septembre dernier. En ouvrant les portes de la résidence historique du chanteur et en lui dédiant un musée ainsi qu'un bar, c'est un nouveau souffle que connait la rue de Verneuil et la mémoire de Serge Gainsbourg.

L'enseigne lumineuse représentant le profil de Serge Gainsbourg éclaire la grande mais discrète façade noire du 14 rue de Verneuil, dans le 7ème arrondissement de Paris. Pas de doute, nous sommes au bon endroit. Dans cette rue devenue emblématique, le chanteur a écrit, composé, chanté, vécu sa vie artistique comme sa vie de famille de la fin des années 60, jusqu'à ses derniers jours, en 1991. Depuis le 20 septembre, la Maison Gainsbourg, institution culturelle dédiée à l'artiste, y a ouvert ses portes. D'un côté, un musée, un bar, et une boutique qui nous transportent dans le quotidien de l'un des artistes les plus marquants de la chanson française. De l'autre, la maison historique du chanteur, ouverte pour la première fois au public par sa fille Charlotte, plus de 32 ans après sa mort. « Un lieu de culte, de pèlerinage, de mémoire », décrit-elle. C'est au 5 bis de la rue de Verneuil, derrière un mur coloré par des dizaines de graffitis et autres œuvres, que se cache la maison historique de Serge Gainsbourg. Lorsque l'on passe le portail de cette résidence de 130 mètres carrés, on s'attendrait presque à voir l'artiste arriver tant l'endroit semble toujours être habité. Depuis son décès, aucun objet n'en a été bougé. Sa fille, explique ressentir alors le besoin « de garder ce lieu tel quel. De toute manière la peine est trop immense pour avoir le courage de toucher à quoi que ce soit ». Tout au long du parcours, d'une pièce à l'autre, c'est elle qui guide les visiteurs au fil de ses histoires et anecdotes d'enfance racontées à travers une bande son. Au rez-de-chaussée, le sol en marbre blanc contraste avec les murs noirs, décorés par des photos, des disques d'or et autres objets collectionnés par le chanteur.



© Pierre Terrasson 1991



La facade © Alexis Raimbault

Au premier étage, on entre dans son intimité la plus. De son bureau orné d'immenses bibliothèques, où l'artiste avait pour habitude de s'installer pour lire et écrire, à sa chambre à coucher, l'homme au-delà de son statut d'artiste, se dévoile au grand public.

De l'autre côté de la rue, au numéro 14, le musée de la Maison Gainsbourg permet d'approfondir la vie et la carrière du chanteur. À l'intérieur, le noir et le doré prédominent, comme pour rappeler le design du 5 bis. Une exposition permanente divisée en huit chapitres se déroule dans les galeries du rez-de-chaussée. 450 objets tels que des manuscrits, des œuvres d'art, des vêtements et des bijoux y sont référencés. Au sous-sol, se tient la première exposition temporaire. Intitulée « Je t'aime... moi non plus », elle est consacrée au duo que Serge Gainsbourg a enregistré en 1969, avec celle qui sera sa compagne pendant plus de dix ans : Jane Birkin. Une chanson sulfureuse, qui fait connaitre le couple et la chanteuse aux quatre coins du globe.

À la fois librairie et disquaire, la boutique de la Maison Gainsbourg propose l'ensemble de la discographie du chanteur, de multiples ouvrages biographiques, mais également de nombreuses œuvres qui l'ont inspiré tout au long de sa carrière. Et la magie ne s'arrête pas là. En plein cœur du musée, s'érige le Gainsbarre. Café de jour, piano-bar de soir, cet élégant lieu aux tables couleur ébène et aux tabourets en velours kaki, fait écho à l'ambiance que Serge Gainsbourg a créée chez lui. Légumes croquants, finger sandwiches, croque-monsieur truffé, saumon gravlax... On y déguste des mets inspirés des room-services d'hôtels et des



Portrait Charlotte Gainsbourg © Mondino



Le salon © Pierre_Terrasson

Tea Room anglais. Une fois la nuit tombée, des cocktails colorés prennent place sur les tables tandis que dès 20h, le pianiste s'installe derrière son instrument pour interpréter les standards de jazz et de blues, comme ceux que Serge Gainsbourg jouait lorsqu'il était lui-même musicien de bar. En fermant les yeux, on se laisse alors bercer par la douce mélodie. En laissant vagabonder notre esprit, on s'imagine les mains de Serge arpenter les touches noires et blanches. Si l'âme de l'artiste règne incontestablement en ces lieux, une chose est certaine, Charlotte est parvenue à créer avec brio, cette « expérience à part » dont elle rêvait pour la Maison Gainsbourg.

MAISON GAINSBOURG
14, RUE DU VERNEUIL,
75007 Paris





La facade © Alexis Raimbault

BRINGING THE LEGEND BACK TO LIFE:
MAISON GAINSBOURG

Paris's Maison Gainsbourg opened its doors in September 2023 as a place of life, art and inspiration, breathing new life into the rue du Verneuil, where the legendary singer lived. Serge Gainsbourg's memory lives on here in this museum, which also has its own bar.

The neon light profile of Serge Gainsbourg lights up the large but discreet black façade of 14 rue du Verneuil in Paris's seventh arrondissement – there can be no doubt that this is the right place. In this now-emblematic street, the singer wrote, composed, sang and lived both his artistic and family lives from the end of the 1960s until his final hours in 1991. On 20 September, the Maison Gainsbourg opened as a cultural institution dedicated to him. On one side of the road there is a museum, bar and boutique, taking visitors back to the daily life of one of the most remarkable stars of French music. On the other side, the former home of Gainsbourg has been opened to the public for the first time by his daughter, Charlotte, more than 32 years after his death and represents, according to her, "a place of worship, pilgrimage and remembrance." Serge Gainsbourg's home, located at 5bis rue du Verneuil, is hidden behind a wall covered in hundreds of colourful graffiti works. On entering the 130-m² residence, the place looks so lived-in that one almost expects to see Gainsbourg himself emerge. Nothing has been moved since his death. His daughter explains that she feels the need "to keep this place as it is. Anyway, it would be much too painful to muster up the courage to touch anything at all." As visitors pass from one room to another, it is Charlotte Gainsbourg herself who guides them through stories and childhood anecdotes, via a soundtrack. On the ground floor, the white marble floors are in contrast to the black walls, decorated with photos, gold discs and other items collected by Gainsbourg. On the first floor, it gets even more intimate, with his bookcase-packed study, where he used to sit to read and write, as well as his bedroom.





© Alexis_Raimbault

Way beyond his star status, here the man himself is revealed to the public. On the other side of the road at number 14, there is the Maison Gainsbourg museum, offering a deeper look at the singer's life and career. Black and gilt dominate the interior décor, like a nod to the design at 5bis across the street. In the ground floor galleries, there is a permanent, eight-chapter exhibition, including some 450 items, such as manuscripts, artworks, clothing and jewellery. In the basement, the first temporary exhibition is taking place, entitled Je T'Aime, Moi Non Plus, an ode to the duet Serge Gainsbourg recorded in 1969 with the woman who would become his companion for over 10 years, Jane Birkin – a sensual song that would make the couple (and Ms Birkin) famous throughout the world. The Maison Gainsbourg's boutique is both a book shop and record shop, stocking the singer's complete discography, many biographical works and numerous other books that inspired Gainsbourg throughout his career – and the magic doesn't stop there. At the heart of the museum, there is Le Gainsbarre, café by day, piano bar by night, with elegant ebony-coloured tables and dark green velvet bar stools, echoing the ambiance that Serge Gainsbourg created in his home. The food here is inspired by hotel room service menus and English tea rooms, including crispy vegetables, finger sandwiches, truffle croque-monsieur and gravlax salmon. After dark, colourful cocktails congregate the tables and at 8pm the pianist arrives, playing jazz standards and blues, just as Serge Gainsbourg once did when he was a bar singer. If you close your eyes, you are cradled by the



gentle melodies and, as you let your mind wander, you can imagine Gainsbourg's own fingers tickling the ivories. The spirit of Serge definitely inhabits this place and we can safely say that Charlotte has brilliantly achieved what she was dreaming of for the Maison Gainsbourg, making it into "a unique experience."

Maison Gainsbourg
14 rue du Verneuil, 75007 Paris



© Alexis_Raimbault

Par Lucie Guerra

VERS UNE ODYSSÉE CULTURELLE

à l'Atelier des Lumières

Plonger au milieu de dizaines d'œuvres d'art ou au plus profond des mers, c'est l'expérience inédite que propose l'Atelier des Lumières de Paris. À travers ses deux expositions « Chagall, Paris – New York » et « Océans, l'Odyssée immersive », le musée invite son public à vivre un voyage immersif unique, jusqu'au 7 janvier 2024.

Dans la grande salle sombre de l'Atelier des Lumières, le temps ne compte plus. Là, les œuvres qui défilent sur les murs et au sol, transportent les visiteurs dans une nouvelle dimension, plus artistique, plus douce. *« Créer un environnement sensoriel, musical, visuel, interactif ; sublimer des lieux exceptionnels par l'art numérique, voilà comment je pourrais résumer ma démarche », confie Gianfranco Iannuzzi, artiste numérique et metteur* en scène d'expositions immersives. Sur les premières notes de jazz qui retentissent, certains se mettent à danser tandis que d'autres se baladent aux quatre coins de ce monde onirique. Jusqu'au 7 janvier 2024, l'Atelier des Lumières accueille chaque jour deux expositions numériques radicalement différentes mais pareillement envoûtantes : « Chagall, Paris – New York » et « Océans, l'Odyssée immersive ». Après Van Gogh ou encore Klein, c'est désormais au tour du peintre d'origine russe Marc Chagall, de donner vie à ses œuvres dans le cadre d'un programme long. Dans ce musée unique, les peintures au départ immobiles se mettent à se mouvoir au rythme des musiques qui défilent. Les anges volent, les chevaux galopent, les personnages bougent... La réalisation de l'exposition permet l'immersion la plus totale, laissant croire au spectateur qu'il fait lui-même partie des peintures. Au fil des 35 minutes, le travail de l'artiste dans toute sa diversité est mis à l'honneur. Tel un visionnaire, Chagall ne se projette pas uniquement dans la peinture, mais également dans la sculpture, le vitrail, la mosaïque ou encore les costumes de ballet. Comme un voyage entre Europe et Amérique, il nous transporte de Paris, berceau de ses expérimentations artistiques, à New-York, sa ville d'exil après la guerre, où il développe une créativité nouvelle. Inspiré du cubisme, du fauvisme et des avant-gardes, il conçoit des tableaux spontanés et hauts en couleurs. En parallèle, un programme court de dix minutes, dédié Paul Klee nous transporte dans un univers musical et



©Brian Skerry ® Steve De Neef

plus coloré qu'un arc-en-ciel. Peintre mais également musicien, l'artiste a su mêler ses deux arts tout au long de sa carrière pour produire plus de dix-mille œuvres, que le visiteur découvre sur des airs de la Flûte enchantée de Mozart. Et ce n'est pas le seul voyage que l'Atelier des Lumières fait vivre. Depuis le 20 octobre, le musée invite ses visiteurs à plonger au plus profond des océans. Basée sur les photographies sous-marines de Brian Skerry, l'exposition créée par Culturespaces et Spectre Lab permet de vivre une expérience quasi-méditative en trois séquences, au cœur des mers tropicales, tempérées et glaciaires. Si l'on peut s'attendre à un océan de bleu, c'est en réalité une large palette de couleurs que révèlent les images du photographe, récompensé à des nombreuses reprises pour son travail.



Grâce à ses clichés associés aux vidéos de Howard Hall, Joe Romeiro et Steve de Neef, le célèbre photographe fait découvrir au public la diversité des fonds marins et lui dévoile *« les secrets bien gardés »* des mers. Brian Skerry ouvre les portes d'un univers inexploré et permet d'approcher de plus près des espèces autrement inaccessibles. On nage alors aux côtés de dauphins, de baleines dont on perçoit le cri, de pieuvres, d'ours polaires. On découvre les coraux, on assiste à la naissance de jeunes tortues. Face à nous, un monde aux paysages captivants, bien différent du nôtre. Un monde, où chaque animal vit en harmonie avec la nature, mais est également confronté aux dangers qui l'entourent. *« Les scientifiques ont décrit le cœur de la mer, les images révèlent son âme »,* confie Brian Skerry.

CHAGALL, PARIS – NEW YORK
OCÉANS, L'ODYSSÉE IMMERSIVE
JUSQU'AU 7 JANVIER 2024
ATELIER DES LUMIÈRES
38, rue Saint-Maur, 75011 Paris

ATELIER DES LUMIÈRES:
A CULTURAL ODYSSEY

Fancy a totally immersive odyssey amongst dozens of works of art or a digital dive to the bottom of the sea? Then head for Paris's Atelier des Lumières. Two exhibitions at the gallery, running until 7 January 2024, Chagall, Paris-New York, as well as Ocean Odyssey, The Immersive Adventure, invite the public on just such a unique immersive voyage.

In the large, dark spaces of the Atelier des Lumières, time stands still: here, the works of art projected onto the walls and floor propel visitors into another, more artistic, gentler dimension. "How I would sum up my idea for these shows is to create a sensory, musical, visual and interactive environment," shares Gianfranco Iannuzzi, digital artist and creative director of immersive installations.

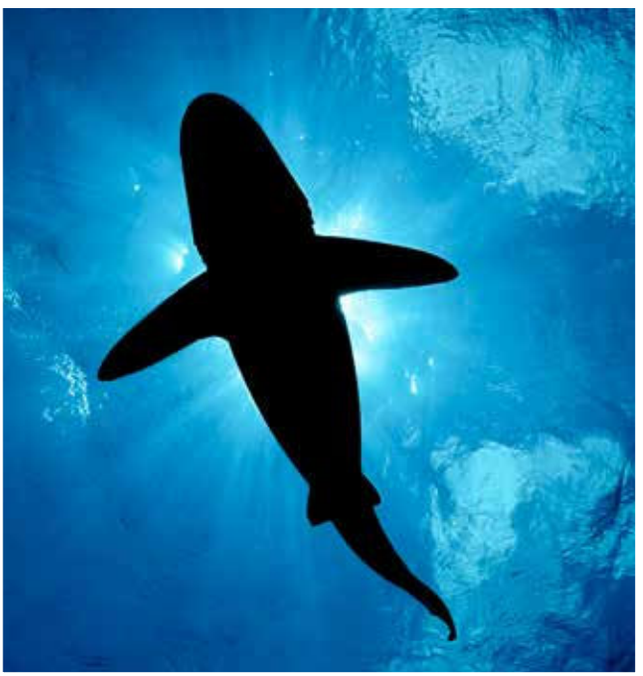


Gentoo penguins - Antarctica © Brian Skerry



When some visitors hear the first notes of jazz playing, they start dancing, whilst others wander around edges of this dreamlike world. Until 7 January 2024, the Atelier des Lumières is hosting two digital exhibitions, radically different from one another, but both equally captivating, Chagall, Paris-New York and Ocean Odyssey, The Immersive Adventure. After the likes of Van Gogh and Klein, it is now the turn of Russian-born Marc Chagall to have his works brought to life in this long-running exhibition. In this unique setting, paintings which start off still begin to move in time to the different music played: angels fly, horses gallop and people move... the exhibition's production creates a totally immersive experience, making visitors feel they are actually in the paintings. Over the course of 35 minutes, the entire diversity of Chagall's oeuvre is highlighted and, ever the visionary, the artist was not only involved in painting but also in sculpture, stained glass, mosaic and ballet costumes. The show is like a trip between Europe and the US, taking you to Paris, the cradle of Chagall's artistic experimentation, to New York, where he lived in exile after the war and developed a new creativity: inspired by Cubism, Fauvism and the avant-garde artists, he produced spontaneous and highly colourful pieces. At the same time, there is also a short, 10-minute programme dedicated to Paul Klee, that transports visitors to a musical universe as colourful as a rainbow. Klee was not only a painter but also a musician who knew how to combine the two art forms throughout his career, producing over 10,000 works that visitors can discover to the sound of Mozart's Magic Flute. However, this is not the only trip you can take at the Atelier des Lumières. Since 20 October, the gallery invites the public to dive deep to the bottom of the seabed. This exhibition, created by Culturespaces and Spectre Lab, is based on the underwater photographs of Brian Skerry, offering an almost meditative experience in three sequences at the heart of tropical seas, temperate oceans and glacial waters. Those expecting a deep blue sea may, however, be surprised to find a wide variety of colours revealed in this multi-award-winning photographer's images. Via these numerous images, along with videos by Howard Hall, Joe Romeiro and Steve de Neef, Brian Skerry unveils the sea's best-kept secrets, opening the door onto an unexplored universe and getting up close and personal with otherwise inaccessible species: you can swim with dolphins, hear the cry of nearby whales and come across octupi and polar bears; there is coral to discover and you can see baby turtles being born. You witness a world of captivating scenery, so different from our own, where each animal lives in harmony with nature, whilst also being confronted with all the surrounding dangers. "Scientists have described what is happening to the heart of the sea. Images reveal her soul," confides Brian Skerry.

Chagall, Paris-New York
Ocean Odyssey, The Immersive Adventure
Until 7 January 2024
Atelier des Lumières, 38 rue Saint-Maur, 75011 Paris



Oceanic Whitetip Sharks (Carcharhinus longimanus) in the waters off Cat Island in The Bahamas
© Brian Skerry



Par Emilie Thevenin

En tête à tête avec

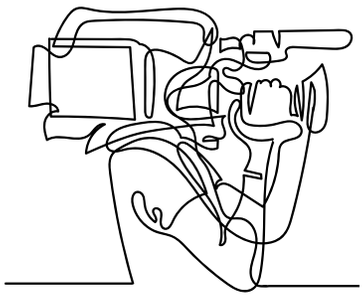
GENEVIÈVE BERTI

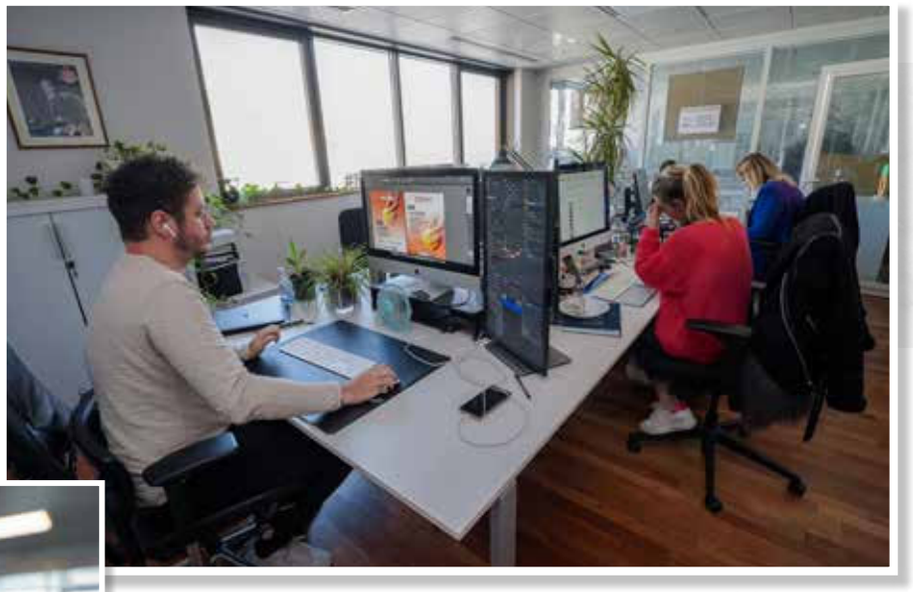
Directeur du Gouvernement Princier de la Communication



© Direction de la Communication

Depuis maintenant huit ans, Geneviève Berti dirige avec passion et professionnalisme la Direction de la Communication du Gouvernement Princier. Après avoir fait ses armes à l'AS Monaco FC, puis à Bruxelles à la direction de la communication du G-14 (le groupement des clubs majeurs de football professionnel en Europe), cette dynamique mère de famille monégasque choisit, en 2005, de revenir au pays afin de mettre toutes ses compétences au service du rayonnement de la Principauté à travers le monde.





© Direction de la Communication



© Direction de la Communication

Après avoir assuré plusieurs postes à responsabilités comme Responsable presse et communication à la Direction du Tourisme et des Congrès, Secrétaire Général du Département des Relations Extérieures, puis Directeur Adjoint du Centre de Presse de Monaco, elle prend finalement la tête de la Direction de la Communication du Gouvernement Princier lorsque cette dernière est créée en 2016 par le Ministre d'État. Elle a gentiment accepté de revenir pour nous sur les différentes missions de cette entité importante dans la vie monégasque ainsi que sur la stratégie de la communication mise en oeuvre, ou encore les nouveaux médias devenus incontournables à ce jour comme le nouveau Podcast Monaco Info.

Trends in Riviera - Vous êtes à la tête de la Direction de la Communication du Gouvernement Monégasque depuis mai 2016. Pourriez-vous nous expliquer quelles sont les différentes missions de celle-ci ?

Mme Geneviève Berti - La Direction de la Communication a pour missions de définir une stratégie de communication globale pour le Gouvernement princier, élaborer des documents d'analyse et recommandations, gérer les relations presse, piloter des actions de communication publique, établir des partenariats avec les entités monégasques communicantes, produire des outils de communication et développer des moyens d'information publique. Ces missions garantissent une communication efficace au service du Gouvernement princier et de l'action publique menée par ses différents Départements.

Quels sont les besoins particuliers de l'État et quels canaux de communication privilégiez-vous pour la promotion et le soutien de ses actions ?

Pour répondre aux besoins de communication du Gouvernement princier, nous mettons en œuvre une multitude de supports : nous utilisons les relations presse (communiqués et conférences de presse) pour diffuser nos messages par le prisme des rédactions et des journalistes, nous gérons des plans médias pour assurer la promotion de certaines politiques publiques ou des évènements via la publicité et l'affichage, mais nous développons également nos propres outils de communication pour relayer toutes ces informations : sites web, réseaux sociaux et la télévision au travers de la chaîne Monaco Info. En fin de compte, notre objectif est d'informer la population de Monaco, ainsi que ceux au-delà de nos frontières, en utilisant des contenus adaptés afin d'assurer une communication efficace pour le Gouvernement monégasque.

Les événements majeurs que sont le Festival International du Cirque de Monte-Carlo, Herculis, ou encore les Monte-Carlo Rolex Masters sont-ils de véritables leviers de rayonnement de la Principauté à l'international ? Comment les exploitez-vous ?

Ces événements majeurs jouent un rôle essentiel dans le rayonnement international de la Principauté. La Direction de la Communication s'implique activement dans ces événements en offrant un soutien presse et en fournissant des outils de promotion. Nous collaborons étroitement avec nos équipes télé et des réseaux sociaux de Monaco Info, pour être au plus près de l'action. Ces événements sont utilisés de manière stratégique pour renforcer la notoriété de Monaco et promouvoir ses attraits à l'échelle internationale. Ils constituent un levier important dans la promotion de la Principauté.



© Direction de la Communication

Vous êtes également Directrice Générale de la chaîne télévisuelle Monaco Info. Pourriez-vous nous expliquer ce qui caractérise cette dernière au plan éditorial et en quoi se différencie-t-elle de TV Monaco lancée le 1er septembre dernier ?

Il est essentiel de comprendre ce qui distingue notre chaîne, Monaco Info, au plan éditorial, notamment par rapport à TV Monaco. Monaco Info se caractérise par une ligne éditoriale bien définie, axée sur l'actualité de Monaco. Elle offre une couverture complète des grands événements nationaux en direct, ce qui permet au public de rester informé en temps réel. De plus, Monaco Info met un fort accent sur la dimension humaine, en donnant la parole à "ceux qui font Monaco." Cela signifie que nous mettons en avant les personnalités locales, les événements, et les actions de la Principauté qui façonnent la vie de Monaco. Cette approche contribue à renforcer le lien de proximité avec la population monégasque. Monaco Info entretient également une relation privilégiée avec les institutions monégasques. Ainsi, nous sommes en mesure de proposer un contenu qui va au-delà des simples informations. Nous offrons une perspective plus profonde avec notre soutien particulièrement important pour une communauté engagée comme Monaco. Si TV Monaco a pour vocation de faire rayonner l'image de Monaco à l'international, notre rôle est avant tout le reflet de la vie et de la communauté monégasque, d'où notre baseline « Tout ce qui se passe à Monaco est sur Monaco Info » qui résume bien notre état d'esprit.



> MONACO INFO SE POSITIONNE EN TANT QUE MÉDIA LOCAL DE PROXIMITÉ, PRIVILÉGIANT L'EFFICACITÉ DE LA TRANSMISSION DE L'INFORMATION ET LA SATISFACTION DE SA COMMUNAUTÉ.

Véritable organe de communication officiel de l'État monégasque, comment s'organisent les différents rendez-vous de la chaine et quelles sont les nouveautés prévues pour cette fin d'année et/ou l'an prochain ?

Monaco Info se positionne en tant que média local de proximité, privilégiant l'efficacité de la transmission de l'information et la satisfaction de sa communauté. Pour ce qui est des rendez-vous et des nouveautés à venir, notre principal objectif est de consolider notre présence en suivant les tendances des médias et en pérennisant nos partenariats, qu'ils soient sportifs, culturels ou institutionnels. Notre priorité est d'accompagner nos partenaires et de travailler en étroite collaboration avec les institutions monégasques pour servir au mieux notre communauté. Notre projet principal est de maintenir cette rigueur et cette qualité en 2024. Si notre petite équipe réussit à relever ce défi avec succès, nous serons extrêmement satisfaits.



Geneviève Berti Directeur de la Direction de la Communication et Hervé Zorgniotti Adjoint au Directeur de la Communication.



© Direction de la Communication

Monaco Info est également relayée via le web et les réseaux sociaux. Tout comme les comptes Gouvernement Monaco et MonacoNow. Quelle place occupent désormais ces canaux dans la stratégie de communication de la Principauté ?

Les canaux web et les réseaux sociaux ont acquis une place significative dans la stratégie de communication de la Principauté de Monaco, et plus particulièrement du Gouvernement princier. Les réseaux sociaux, notamment les comptes du Gouvernement Monaco, Monaco Info, et MonacoNow, jouent un rôle essentiel dans la stratégie de communication et d'information de notre Gouvernement. Ils permettent de toucher un public plus large et de créer un engagement au sein de la communauté monégasque et au-delà.

Quelles sont selon vous les ingrédients d'une stratégie de contenu réussie ? Et quels formats de communication privilégiez-vous ?

Les tendances actuelles en matière de création de contenus, tels que les vidéos courtes et les podcasts, sont intégrées dans notre approche. Cela nous permet de rester pertinents et de répondre aux préférences de notre public, notamment de celles des plus jeunes générations, qui sont particulièrement friandes de ces formats. Ces plateformes digitales sont utilisées pour partager des informations, des actualités et des histoires qui reflètent la dynamique de Monaco, tout en favorisant l'interaction et le dialogue avec la communauté. Ainsi, elles contribuent de manière significative à la diffusion de messages clés et à la promotion de la Principauté sur la scène internationale.

La chaine vient de lancer le rendez-vous : le Podcast Monaco Info, avec pour baseline, « Ceux qui font Monaco sont au micro ». Pourriez-vous nous en dire un peu plus sur cette nouveauté ?

Le Podcast Monaco Info, lancé le 16 octobre, est une nouveauté passionnante. Dans le cadre de ce projet, nous nous sommes tournés vers un monde en plein essor avec les contenus audio, notamment le format podcast, un média numérique qui offre de belles opportunités. Notre objectif est de toucher un public plus large, d'accroître l'engagement de notre auditoire, de diversifier notre contenu, et de promouvoir nos médias existants. Pour cela, nous avons opté pour un format d'interview, avec des épisodes d'une durée moyenne de 20 à 40 minutes. Cela nous permettra de mettre en lumière les personnalités de Monaco, de découvrir leur histoire de vie, leur parcours, leur lien avec la Principauté, et bien plus encore. Nous sommes enthousiastes à l'idée d'explorer de nouvelles perspectives à travers ce nouvel outil de communication.



© Direction de la Communication

> CES PLATEFORMES DIGITALES SONT UTILISÉES POUR PARTAGER DES INFORMATIONS, DES ACTUALITÉS ET DES HISTOIRES QUI REFLÈTENT LA DYNAMIQUE DE MONACO, TOUT EN FAVORISANT L'INTERACTION ET LE DIALOGUE AVEC LA COMMUNAUTÉ.



© Direction de la Communication



© Direction de la Communication

Un projet qui semble vous tenir à cœur, puisque c'est à votre micro que les invités se confient. Qu'est-ce qui vous a donné envie de vous lancer dans ce nouveau challenge ?

C'est d'abord une formidable opportunité de mobiliser les équipes autour d'un nouveau projet et ensuite c'est un moyen d'expression supplémentaire qui vient enrichir notre palette d'outils de communication et qui répond à une tendance bien marquée parmi les modes de consommation de l'information, aujourd'hui.

Les premiers épisodes sont déjà en ligne. Quels seront les prochains invités à votre micro ?

Les premiers épisodes du Podcast Monaco Info offrent les confidences de personnalités telles que Cédric Biscay, Valérie Barilaro, Ali Traoré ou encore Ferxel Fourgon. Pour ce qui est des prochains invités à notre micro, nous avons une liste non exhaustive de personnalités qui font Monaco et qui se prêteront volontiers à l'exercice de l'interview au format podcast. Vous pourrez les découvrir au fur et à mesure sur toutes les plateformes d'écoute. Une chose est certaine, attendez-vous à rencontrer des personnes véritablement inspirantes !



Quelques mots de communicante

Votre slogan préféré ?
Plus vite, plus haut, plus fort

Le réseau social que vous appréciez le plus ?
Instagram

La marque qui porte les mêmes valeurs que vous ?
Alexander McQueen

Plutôt interviewer ou interviewée ?
Interviewer

Votre expression favorite ?
Il ne faut pas pleurer sur le lait renversé

Si votre plus gros défaut était un hashtag, ce serait ?
#hyperactive

Votre dernière recherche sur Google ?
Le score des matchs de la NFL de la semaine dernière

Votre plus beau souvenir professionnel ?
Les émissions « Monaco face au Covid-19 »

Qui rêveriez-vous d'interviewer ?
Barack Obama

Le métier que vous auriez détesté exercer ?
Footballeur professionnel

Les 3 choses que vous emporteriez sur une île déserte ?
Un livre, une crème pour le visage et de l'eau

Le plus beau compliment qu'on vous ait fait ?
Vous êtes une femme intelligente

Votre temps d'écran quotidien moyen sur votre smartphone ?
5 heures

Qu'est- ce que vous attendez de cette journée ?
Du rire, de la solidarité et du rythme

Par Emilie Thevenin

PAGES de garde



Un livre bien choisi est incontestablement le cadeau rêvé pour les fêtes de fin d'année. L'an dernier, il s'agissait même du deuxième cadeau le plus offert et l'un des plus réclamés. Voici quelques idées de lecture qui sauront à coup sûr vous ravir !



Dernier gueuleton avant la fin du monde
de Jonas Jonasson

L'auteur suédois à succès nous offre à nouveau une histoire déjantée et rocambolesque tout droit sortie de son esprit à l'humour burlesque. On y découvre Johan, maltraité et spolié par son ainé Frederik. Seul avantage il se découvre un véritable talent en cuisine. Un concours de circonstances ubuesques lui fait rencontrer Petra, une jeune physicienne qui a prévu l'apocalypse dans douze jours puis Agnès, 75 ans qui a fait fortune grâce aux faux voyages d'un avatar sur le web. Au volant d'un camping-car alors qu'aucun n'a le permis, les voici partis pour Rome afin de faire payer à Frederick ses torts.

L'Empathie - Tome 2
d'Antoine Renand

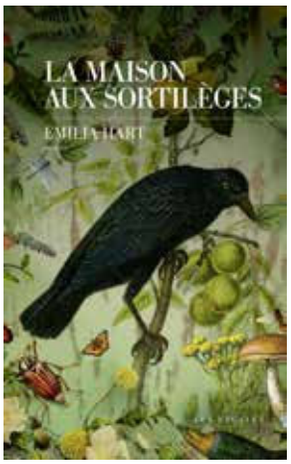
Après le succès de son tonitruant premier opus, c'est avec plaisir que l'on retrouve 'La Brigade du Viol' où une nouvelle recrue Margot rejoint Théo afin d'enquêter sur deux affaires complexes dont le retour de Serflex, un psychopathe qui depuis une vingtaine d'années, avant de s'en prendre à ses victimes, se permet de les prévenir et même de les harceler durant des jours, des mois et même des années. Pour le débusquer, la cellule va devoir se rapprocher d'Anthony Rauch dit « la poire » viré de la police car soupçonné d'être un ancien violeur à la fin du Tome 1.





L'homme des mille détours
d'Agnès Martin Lugand

Comme toujours, l'auteure nous entraine dans une passionnante plongée au cœur de l'âme torturée de ses personnages. On y rencontre Erin, qui tient un bar à Saint Malo, et ses trois enfants Ulysse, Lou et Milo. Depuis sept ans, ils vivent sans nouvelles de leur mari et père, parti une nuit sans se retourner. De l'autre côté du globe, Gary, un plongeur professionnel, n'aspire pour sa part qu'à fonder sa propre famille après un mariage malheureux. Lorsqu'il décide de rentrer en France, son ami barman Yvan lui demande de passer à Saint Malo pour lui donner des nouvelles de sa femme...

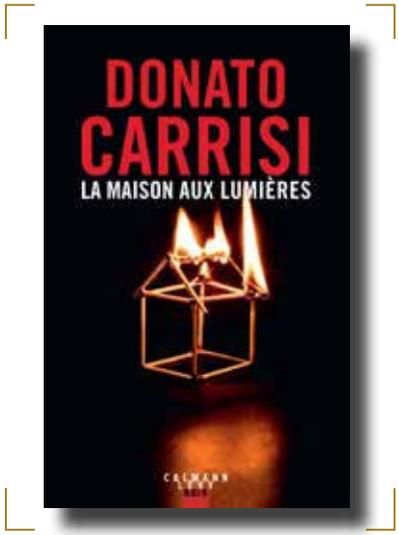


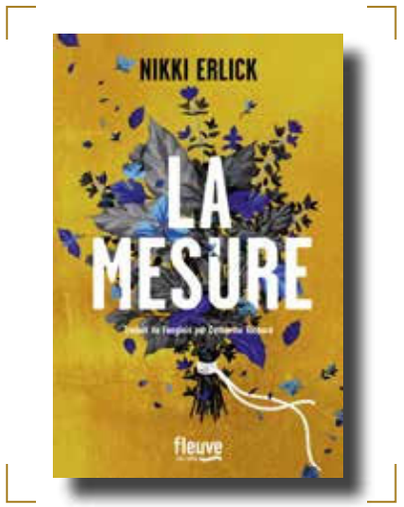
La Maison des sortilèges
d'Emilia Hart

Dans ce premier roman, l'auteure nous invite au cœur de trois histoires, celles de trois femmes d'une même famille ayant vécu dans la même maison mais à des époques différentes. En 1619, Altha, une guérisseuse accusée de sorcellerie, en 1942, Violett qui recherche des informations sur sa mère décédée quand elle était plus jeune et enfin, Kate en 2019 qui se réfugie après avoir fui son mari violent dans la maison de Weyward, léguée par sa grande tante Violette. Les histoires de trois femmes courageuses maltraitées par les hommes et intrinsèquement liées à la nature...

La Maison aux lumières
de Donato Carrisi

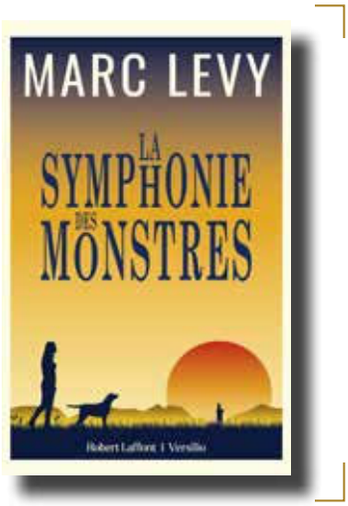
Quel plaisir de retrouver notre hypnotiseur pour enfants préféré, Pietro Gerber ! Traumatisé par sa précédente affaire (voir La Maison sans souvenirs), il se retrouve aux prises avec une petite patiente, Eva qui ne veut pas sortir de chez elle et qui converse avec un ami imaginaire plutôt menaçant. Cette dernière semble une nouvelle fois savoir beaucoup de choses sur le passé de Pietro, et plus précisément sur la disparition quand il n'était encore qu'un enfant de son ami Zeno alors qu'ils faisaient une partie d'une sorte de cache cache, le jeu des statuettes.





La Mesure
de Nikki Erlick

Dans son premier roman, l'auteure dépoussière un thème simple mais déjà vu, 'Que feriez-vous si vous pouviez connaitre la date de votre mort' ? Avec talent, elle nous invite au cœur de l'existence de personnes ordinaires qui se retrouvent face au même choix que l'ensemble de la planète lorsqu'un matin elles trouvent devant leur porte une boite contenant une simple corde dont la mesure symbolise le temps qu'il leur reste à vivre. Ouvrir ou non la boite ? Et croire à ce qu'elle contient ? Une passionnante plongée au cœur des émotions humaines et de la prise de ce type de décisions qui changent une vie.



La Symphonie des monstres
de Marc Levy

Pour son nouvel ouvrage, l'auteur s'appuie sur la triste actualité en nous plongeant au cœur du conflit entre la Russie et l'Ukraine. On y rencontre Valentyn, un petit garçon ukrainien de 9 ans un peu spécial puisqu'il n'a jamais prononcé un mot. Un jour les autorités russes font une descente dans son école et l'emmène ainsi qu'un de ses petits camarades dans un camps-orphelinat afin d'être « rééduquer pour en faire un grand russe ». Il n'aura de cesse de tenter de s'échapper tandis que sa sœur Lilya et sa mère Veronika remuent ciel et terre afin de retrouver sa trace...





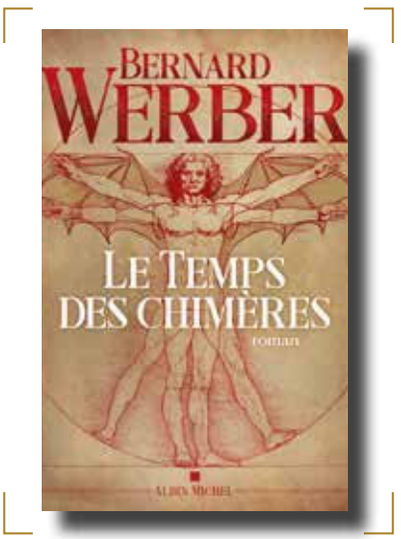
Le Grand Test
de Jacques Expert

Dans son nouvel ouvrage, l'auteur à succès nous invite à partir sur la trace du meurtrier de Sergio Destrebecq, un notable peu apprécié de la commune de Savennes. Il a en effet été retrouvé calciné dans l'incendie de sa grange. La découverte d'une barre de fer, deux mois après le crime pousse le capitaine Francis Duquennes à recueillir au cours d'un même week-end, les empreintes digitales de l'ensemble des habitants. Trois d'entre eux tremblent à cette idée, ce sont trois amis d'enfance Alexandre, Maxence et Virginia. Mais qui est le coupable et pourquoi ?

Le Café où vivent les souvenirs
de Toshikazu Kawaguchi

Après ses deux premiers opus dédiés au café tokyoïte un peu particulier de « Funiculi Funicula », l'auteur nous ouvre les portes d'un nouvel établissement, le Donna Donna, qui permet lui aussi à ses clients, de voyager dans le temps. Afin de pouvoir revoir et de discuter avec leurs proches disparus, ces derniers doivent impérativement ne pas modifier le passé et être revenus avant que le café ne refroidisse sous peine de devenir des fantômes. On plonge dans les histoires d'Yayoi qui en veut à ses parents décédés trop tôt, Todoroki à qui sa femme manque tant, Reiko qui ne surmonte pas la disparition de sa sœur, ou encore Reiji qui a perdu son amie d'enfance qu'il chérissait secrètement.





Le Temps des chimères
de Bernard Werber

Après nombres de tomes dédiés aux fourmis ou encore aux chats, l'auteur revient au genre humain. Enfin pas tout à fait puisqu'on découvre dans ce nouveau roman dystopique que la troisième guerre mondiale vient d'éclater. Une scientifique, Alice est persuadée que l'avenir de l'humanité tient dans la création d'hybrides ou "chimères" : Aerial (homme chauve-souris), Digger (homme taupe) et Nautic (homme dauphin). Mais comment ces nouvelles 'espèces' vont elles s'intégrer, quels seront leurs rapports avec les Sapiens (simples humains) et comment vont-elles mettre à profit leurs nouvelles capacités ?



Les secrets de la femme de ménage
de Freida McFadden

Après un premier tome simple mais ultra efficace, l'auteure nous livre la suite des mésaventures de la 'douce' Millie après son expérience en tant que femme de ménage chez les Winchester. Elle et son petit ami Enzo, qui est depuis reparti en Italie, ont depuis sauvés plusieurs femmes maltraitées par leur mari. Elle est cette fois ci embauchée par les Garrick afin de s'occuper du ménage et de la cuisine dans leur luxueux penthouse new yorkais. Évidemment, très vite des ombres viennent assombrir le tableau, M. Garrick et son humeur changeante, et sa femme qui reste invisible en s'enfermant dans la chambre d'amis...



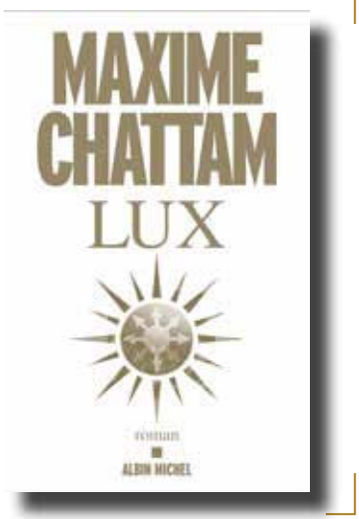
Lux
de Maxime Chattam

Cette année, l'auteur de thrillers à succès sort des sentiers battus et nous livre un ouvrage qui mélangentavectalentlesgenresentreaventures, dystopie, et suspens... Il nous entraine dans un futurtoutprocheoùl'humanitévitconstamment enalertedesphénomènesmétrologiquesviolents qui se répètent de plus en plus. Une nouvelle gradation des tempêtes a même été mise en place de 1 à 5, le dernier niveau correspondant à l'apocalypse. C'est alors qu'une boule de lumière stationnaire apparait au-dessus de l'océan Atlantique, Sphère. Personne ne parvient à expliquer scientifiquement de quoi il s'agit. Zoé, écrivaine et sa fille Romy font partie de la délégation envoyée pour étudier cette dernière.



Tu nous appartiens
de JP Delaney

Après le succès de ses premiers opus, l'auteur est de retour avec une mystérieuse affaire de bébés échangés à la naissance. On fait la connaissance de Maddie et de son compagnon Pete, journaliste qui a choisi de devenir père au foyer, pour élever leur fils de 2 ans Théo. C'est alors que se présente à leur porte Miles qui leur apprend qu'il est en fait le père biologique de Théo et qu'il élève avec sa femme Lucg depuis leur fils David car les deux enfants nés prématurément ont été échangés lors de leur arrivée dans l'unité de soin néonatal. Dans un premier temps, ils s'accordent pour continuer à élever le garçonnet dont ils ont la charge mais très vite les premiers désaccords apparaissent...



Mon coeur est une tronçonneuse
de Stephen Graham Jones

Auréolé par plusieurs prix littéraires (Bram Stoker Award, le Shirley Jackson Award et le Locus Award) cet ouvrage, le premier d'une trilogie) nous invite au cœur du fin fond de l'Idaho, à Proofrock où Jade 17 ans, peine autant à s'intégrer qu'elle ne se passionne pour le cinéma d'horreur, et plus particulièrement les Slashers, typiques des années 80. Ils l'aident à supporter sa vie entre un père violent et une mère absente. C'est alors que plusieurs morts violentes sont rapportéesdanslabourgadeavecpourtoilede fond la construction d'un projet immobilier de plusieurs millions de dollars conçu pour une population d'ultra riches. Jade en est sûre, un tueur en série sévit à Proofrock.



Où vont les larmes quand elles sèchent
de Baptiste Beaulieu

Dans cet ouvrage, aux saveurs autobiographiques, l'auteur également médecin et humaniste engagé, nous fait entrer dans le quotidien et l'âme de Jean. Cet ancien urgentiste, après le décès tragique d'un jeune garçon, s'est tourné vers la médecine généraliste et officie dans son cabinet du Sud-Ouest de la France. On le suit à travers ses consultations et visites auprès de ses patients, lui le témoin direct de la maladie, de la douleur, des violences faites aux femmes, de la peur, de la mort bien sûr mais aussi du bonheur parfois... Bien que profondément empathique, depuis la mort du garçonnet, il n'arrive plus à pleurer. Une plongée au cœur des émotions humaines...



Par Emilie Thevenin

ÉCHAPPÉE
au coin du feu

Au cœur de l'hiver, on se prend souvent à rêver d'une escapade réconfortante et inspirante au plus près de la nature. Au cœur de vastes étendues sauvages et paisibles ou encore en tête à tête avec les sommets enneigés, voici cinq écrins à l'ambiance feutrée et apaisante qui invitent à simplement profiter du temps qui passe, le temps d'une parenthèse cocooning à souhait.

FIRESIDE FANTASIA

In the heart of winter, we often find ourselves dreaming of a comforting and inspiring getaway close to nature. Amongst vast, wild and peaceful expanses or even face to face with the snow-capped peaks, here are five settings with a cosy and soothing atmosphere that invite you to simply enjoy the passing of time and take a cocooning break.





STORFJORD HOTEL
Øvre Glomset 110
Skodje, Norvège



Storfjord Hotel

Cap sur la Norvège et plus précisément sur l'un des plus beaux fjords de la côte ouest de celle-ci, dans le petit village pittoresque de Glomset. C'est ici, que se dresse le Storfjord Hotel, au cœur d'une spectaculaire nature préservée. Entièrement construit en bois sur la rive d'un lac paisible, les 36 chambres et suites de ce dernier ont pour voisins directs la forêt, les fjords, et les montagnes majestueuses. Véritable éloge au 'slow life' scandinave, l'intérieur de cet établissement a tout du parfait cocon douillet avec sa décoration apaisante et authentique. Le restaurant pour sa part, réinvente la cuisine norvégienne et met sur le devant de la scène les produits des fermes voisines. Le jacuzzi extérieur en tête à tête avec la forêt offre quant à lui un moment tout simplement hors du temps.

STORFJORD HOTEL

We head to Norway and, more precisely, to one of the most beautiful fjords on the west coast in the small picturesque village of Glomset. This is where the Storfjord Hotel stands, in the heart of spectacular unspoiled nature. Built entirely of wood on the shores of a peaceful lake, its 36 rooms and suites have the forest, fjords and majestic mountains as next door neighbours. A true tribute to Scandinavian 'slow living', the interior of this establishment has all the attributes of a perfect, cosy cocoon with its soothing and authentic decoration. The restaurant, for its part, reinvents Norwegian cuisine and puts products from neighbouring farms in the spotlight. The outdoor jacuzzi, face to face with the forest, offers a moment that is simply timeless.





L'Apogée

Membre de la prestigieuse Oetker Collection, L'apogée, situé au sommet du quartier du Jardin Alpin de Courchevel 1850 offre à ses hôtes un accès direct et privé au domaine skiable des 3 vallées. Mais pas seulement... L'établissement, qui célèbre cet hiver ses dix ans, est un superbe écrin tout de bois et de pierre vêtu, pour un séjour cocooning. Outre ses deux chalets privés, ses 53 chambres et suites, et son penthouse, le palace offre également deux restaurants, "Le Comptoir de L'Apogée" et le nouveau "Gennaro's" du chef italien étoilé Gennaro Esposito, de l'Hôtel La Palma à Capri, qui dévoile une carte aux doux parfums transalpins. Cette saison, les hôtes pourront également vivre l'expérience exceptionnelle de partir en dameuse en fin de journée afin de profiter d'un apéritif inoubliable au coucher du soleil au sommet de l'une des montagnes voisines...

THE APOGÉE

Part of the prestigious Oetker Collection, the Apogée, located at the top of the Jardin Alpin district of Courchevel 1850, offers guests direct and private access to the Three Valleys ski area - but that is not all: the establishment, which celebrates this winter its 10th anniversary, is a superb setting all in wood and stone, ideal for a cocooning stay. In addition to its two private chalets, 53 rooms and suites and a penthouse, this palace also has two restaurants, Le Comptoir de L'Apogée and the new Gennaro's by the Italian chef, Gennaro Esposito, of the Hotel La Palma in Capri, with a menu of gentle transalpine flavours. This season, guests will also be able to enjoy the exceptional experience of going on a snow groomer ride at the end of the day for an unforgettable sunset aperitif at the top of one of the nearby mountains.

L'APOGÉE
5 rue Emile Allais
Jardin Alpin - Courchevel







Le Refuge de la Traye

Créé en 1982 avant d'être entièrement rénové en 2019 par le groupe monégasque Maya Collection, le Refuge de la Traye est un havre de paix en pleine nature, au cœur du prestigieux domaine skiable des 3 Vallées. Imaginé comme un authentique hameau de chalets alpins, le lieu offre une merveilleuse parenthèse loin de la frénésie de la vie quotidienne. Volontairement intimiste, l'établissement dévoile six chambres et suites au luxe douillet à souhait, un restaurant gourmand, une ferme à fromages, une salle de cinéma, une piscine chauffée, et le MédiSpa avec un sauna, un hammam et les soins et massages signés Biologique Recherche. Outre des activités de plein air comme une randonnée en raquettes, Le Refuge de la Traye propose également des cours de cuisine savoyarde, un atelier de fabrication de confiture ou encore une délicieuse dégustation de vin, de fromages et de charcuteries locaux.



REFUGE DE LA TRAYE

Created in 1982 and completely renovated in 2019 by the Monégasque group, Maya Collection, the Refuge de la Traye is a haven of peace surrounded by nature, in the heart of the prestigious Three Valleys ski area. Designed as an authentic hamlet of Alpine chalets, the place offers a wonderful break from the frenzy of daily life. Deliberately intimate, the establishment has six luxuriously comfortable rooms and suites, a gourmet restaurant, a cheese farm, cinema room, heated swimming pool and the MédiSpa with sauna, hammam and treatments and massages by Biologique Research. In addition to outdoor activities such as snowshoe hiking, the Refuge de la Traye also offers Savoyard cooking classes, a jam-making workshop or even a delicious local wine tasting, along with cheese and cold meats.

LE REFUGE DE LA TRAYE
61 chemin Sainte-Appolonnie
Méribel Les Allues



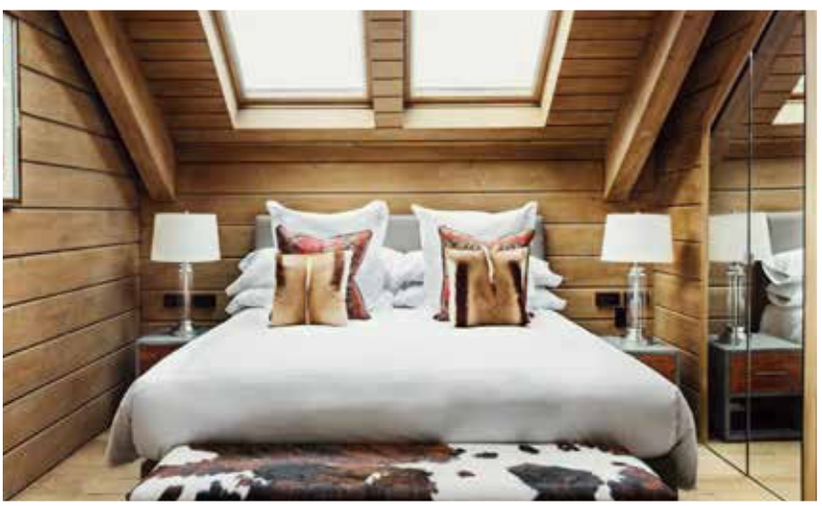
El Lodge Ski & Spa Resort

C'est au cœur de la station de ski de Monachil dans la Sierra Nevada en Andalousie que L'El Lodge Ski & Spa Resort propose tout le confort rêvé pour se détendre comme il se doit après avoir profité des joies d'une journée de ski. Entièrement construit en bois finlandais, l'établissement à l'ambiance chalet raffiné dévoile une vingtaine de chambres et suites aussi spacieuses que minutieusement décorées dans un style alpin de haute volée. Les papilles ne sont pas en reste, puisque l'hôtel dispose également de deux restaurants : le raffiné Grill où dîner et le Sun Deck accessible directement depuis les pistes pour un déjeuner décontracté au grand air. Outre son salon où l'on peut se détendre en lisant ou en jouant au backgammon, le Spa invite au bien-être et à l'apaisement, tout comme la belle piscine chauffée, la terrasse ensoleillée, le jacuzzi et le sauna.

EL LODGE SKI & SPA RESORT

It is in the heart of the Monachil ski resort in the Sierra Nevada in Andalusia that the El Lodge Ski & Spa Resort offers all the comfort you need to relax after enjoying the joys of a day of skiing. Built entirely of Finnish wood, the establishment, with a refined chalet atmosphere, houses some 20 rooms and suites, as spacious as they are meticulously decorated in a high-end Alpine style. The taste buds are also very well catered-for here, as the hotel also has two restaurants, the refined Grill where you can dine and the Sun Deck, accessible directly from the slopes for a relaxed lunch in the fresh air. In addition to the lounge where you can relax, reading or playing backgammon, the spa invites in well-being and tranquillity, as do the beautiful heated swimming pool, the sunny terrace, the jacuzzi and the sauna.

EL LODGE SKI & SPA RESORT
Calle Maribel, 8 - Monachil Sierra Nevada - Granada, Espagne







LeCrans Hotel & Spa

Direction la prestigieuse station suisse de Cran Montana, où l'hôtel 5 étoiles LeCrans offre l'écrin idéal pour profiter d'un séjour idyllique au cœur du décor enchanteur des Alpes Suisses. Avec pour toile de fond une vue panoramique sur les cimes enneigées et le majestueux Mont Blanc, les 16 chambres et suites de ce chalet d'exception de bois et de pierre naturelle sont toutes magnifiquement décorées et conjuguent raffinement et convivialité. Le restaurant étoilé au Michelin « LeMontBlanc » dévoile une cuisine avant-gardiste de haute volée où le chef Yannick Crepaud met à l'honneur les produits locaux. Le Spa vaut également le détour avec son impressionnante piscine panoramique extérieure chauffée, sa piscine intérieure, son jacuzzi, son sauna, son hammam et son espace fitness entièrement équipé.

LECRANS HOTEL & SPA

We now head to the prestigious Swiss resort of Crans-Montana, where the five-star hotel, LeCrans, offers the ideal setting to enjoy an idyllic stay in the heart of the enchanting setting of the Swiss Alps. With a panoramic view of the snow-capped peaks and majestic Mont Blanc as a backdrop, the 16 rooms and suites of this exceptional wood and natural stone chalet are all magnificently decorated, combining refinement and conviviality. The Michelin-starred restaurant, LeMontBlanc, unveils high-end avant-garde cuisine where Chef Yannick Crepaud highlights local products. The spa is also worth a visit, with its impressive panoramic heated outdoor swimming pool, indoor pool, jacuzzi, sauna, hammam and fully-equipped fitness area.

LECRANS HOTEL & SPA
Chemin du Mont-Blanc 1
Crans-Montana, Suisse







© Romain Tissot

Par Cecilia Artus

ÉPOPÉE HIVERNALE

au Cœur des Alpes

La Grande Odyssée VVF, l'un des derniers terrains de jeu pour les navigateurs des mers blanches en quête d'absolu, célèbre cette année sa 20e édition. Cet événement emblématique de la montagne et de la neige a su évoluer au fil des ans, devenant un rendez-vous incontournable pour les passionnés de mushing, mais également pour les amoureux de la nature et de l'aventure. Depuis ses débuts en 2005, La Grande Odyssée VVF a tracé son chemin à travers les massifs alpins, offrant aux participants et aux spectateurs une expérience unique, une véritable odyssée au cœur des montagnes...

C'est l'événement annuel du chien de traîneau en Europe et la course à étapes la plus exigeante de toutes. Mais pour les organisateurs de l'événement, c'est avant tout « ... » l'histoire d'un rêve, un rêve d'une grande aventure qui traverserait nos massifs alpins alors que le standard de ce sport, depuis des décennies, était de courir sur des étendues gelées avec peu de relief. Au-delà de la compétition sportive, cette épreuve renoue avec l'esprit de l'aventure, un grand "A," et incarne des valeurs profondes liées à la montagne, à la nature et au respect de l'environnement. En plein cœur des Alpes Auvergnates, ce ne sont pas moins de 65 mushers et 600 chiens-athlètes qui parcourront les 400 km reliant Megève, la première station, à Villard-de-Lans. Les étapes, réparties sur trois trophées (du 13 au 15 janvier, du 19 au 21 janvier, et du 23 au 25 janvier), sont l'occasion pour les mushers de se mesurer les uns aux autres, avec 10 mushers supplémentaires rejoignant la course à chaque trophée. Provenant des plus grandes nations du mushing européen, de la Suisse, la France, l'Espagne, en passant par la Pologne ou encore les Pays-Bas, ils ont choisi La Grande Odyssée VVF pour point de convergence. Un plateau sportif exceptionnel qui promet des moments palpitants pour les participants et amateurs de ce sport, l'un des plus exigeants au monde. En effet, si les mushers et leurs chiens évoluent à travers des paysages alpins époustouflants, la beauté de la nature est souvent compensée par la dureté des conditions. Les équipes doivent affronter des températures glaciales, des vents forts, des montées abruptes, et des descentes dangereuses, tout en restant attentifs à la navigation et à la santé de leurs chiens. Chaque chien est pour ce faire équipé d'une puce électronique sous la peau, et un groupe de 10 vétérinaires est présent tout au long de la course pour assurer leur suivi. Les mushers ont également la possibilité de "dropper" (laisser) leurs chiens fatigués à certains points de contrôle. Pour cette course anniversaire, un village d'animations à destination du grand public sera installé près de la zone de départ.



© Benoit-Diacre



© Romain Tissot

Les curieux et les passionnés pourront s'essayer à la conduite de chiens de traîneau, à la construction d'igloos, ou participer à des ateliers de trappeurs, offrant ainsi aux vacanciers et aux enfants de la région une opportunité unique de s'immerger dans l'univers de la course de chien de traîneau. Pour ceux qui ne pourraient pas faire le déplacement, l'organisation a mis en place cette année un dispositif digital de suivi des courses en direct ainsi que des rendez-vous dans les principaux médias télévisés (TF1, TMC, France 3, BFM TV, etc...). Une 20e édition qui promet d'être mémorable, marquée par la découverte, le spectacle, et l'émotion. Elle unira cette année encore une communauté passionnée, qu'elle soit composée de mushers, d'amoureux de la nature, de sportifs, de curieux, en quête d'une aventure authentique au cœur des Alpes.

INFORMATIONS ET PROGRAMME SUR :

WINTER EPIC
IN THE HEART OF THE ALPS

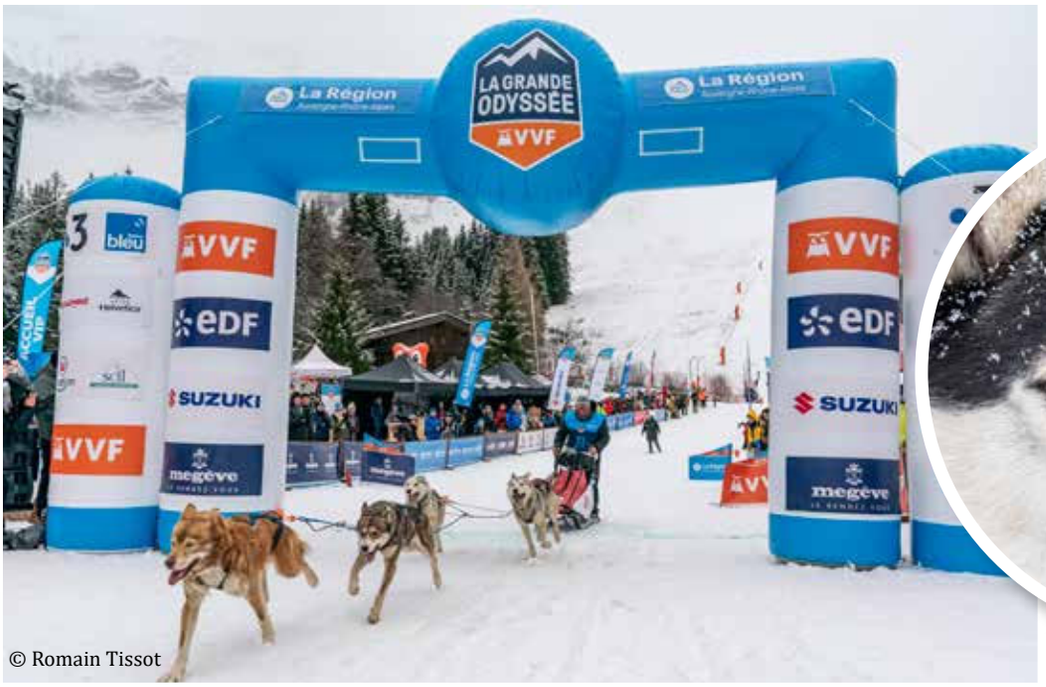
The Grande Odyssée VVF, one of the last playgrounds for navigators in search of the absolute in the great white expanses, is celebrating its 20th edition this year. This emblematic mountain and snow event has evolved over the years, becoming an unmissable rendez-vous for sled dog racing, aka mushing, enthusiasts but also for nature- and adventure-lovers. Since its beginnings in 2005, the Grande Odyssée VVF has traced its path through the Alpine massifs, offering participants and spectators a unique experience, a true odyssey into the heart of the mountains...

It is the most demanding annual European sled dog stage race event of all but, for the organisers it is, above all, the story of a dream, a dream of great adventure across the Alpine massifs; however, for decades this was a race across flat, frozen areas. Beyond the sporting competition, this event reconnects with the spirit of adventure with a capital A and embodies deep values linked to the mountains, nature and respect for the environment. In the heart of the Auvergne Alps, no less than 65 mushers and 600 dog athletes will cover the 400 kilometres linking Megève, the first resort, to Villard-de-Lans. The stages, spread over three prize-winning dates (13 to 15 January, 19 to 21 January and 23 to 25 January) are an opportunity for mushers to compete against each other, with 10 additional dog handlers joining the race at each trophy stage. Coming from the greatest European dog-sledding nations (Switzerland, France, Spain, Poland and the Netherlands) they have chosen the Grande Odyssée VVF as their point of convergence, an exceptional sporting event, promising thrilling moments for participants and fans of this sport, one of the most demanding in the world.



© Romain Tissot

© Benoit-Diacre



© Romain Tissot


© Benoit-Diacre

Indeed, whilst mushers and their dogs navigate breathtaking Alpine landscapes, the beauty of nature is often offset by the harsh conditions. Teams must brave freezing temperatures, strong winds, steep climbs and dangerous descents, all the while remaining attentive to navigation and the health of their dogs. Therefore, each dog is equipped with an electronic chip under the skin and a group of 10 veterinarians are present throughout the race to monitor them. Mushers also have the option to drop off tired dogs at certain checkpoints. For this anniversary race, an entertainment village for the general public will be set up near the starting point. The curious and enthusiasts alike can try their hand at driving dogs sleighs, building igloos, or taking part in trapper workshops, thus offering holiday makers and locals a unique opportunity to immerse themselves in the world of sled dog racing. For those who are unable to make the trip, this year the organisers have set up a digital system to follow the races live, as well as coverage in the main television media (TF1, TMC, France 3, BFM TV and so on). This 20th edition promises to be memorable, marked by discovery, spectacle and emotion; and this year it will once again unite a passionate community, whether made up of mushers, nature lovers, sportsmen or newcomers, all looking for an authentic adventure in the heart of the Alps.
Information and programme on


© Romain Tissot

CAP SUR
le bonheur...

Lové au cœur des majestueux sommets de l'Himalaya, le Bhoutan est une destination unique, qui offre un dépaysement spatiotemporel incomparable. Avec ses paysages à couper le souffle, sa culture traditionnelle jalousement préservée depuis des siècles, ses impressionnants Dzongs perchés et cette philosophie de vie originale basée sur le Bonheur National Brut, ce royaume d'Asie du Sud est la promesse d'un voyage inoubliable.

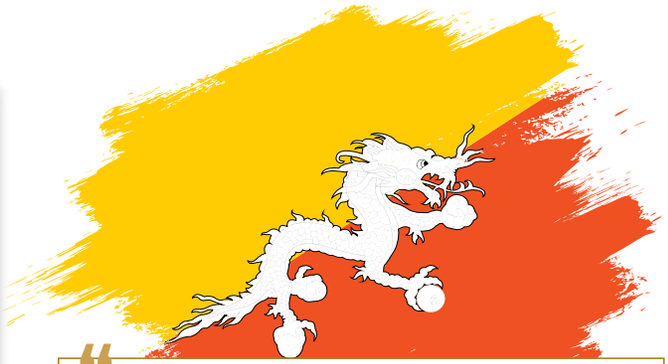


Par Emilie Thevenin



© Thimphu Nimnub

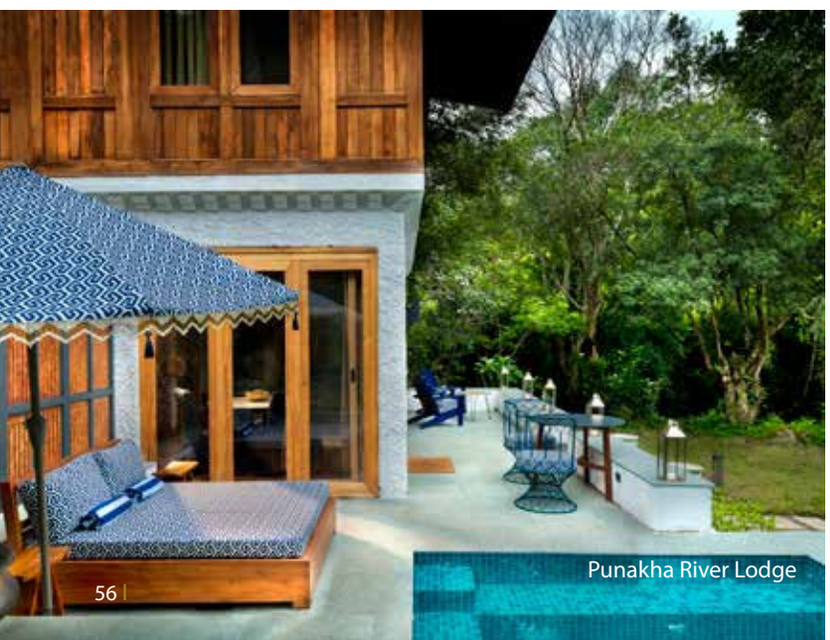

Six Sense Bouthan



> **LE ROYAUME CULTIVE UNE POLITIQUE ÉCONOMIQUE ORIGINALE QUI FAVORISE LE DÉVELOPPEMENT DURABLE, LA PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA CULTURE MAIS ÉGALEMENT LE BIEN-ÊTRE SPIRITUEL ET ÉMOTIONNEL DE SES CONCITOYENS.**

Le Bhoutan ne s'est ouvert aux voyageurs qu'en 1974. Jusqu'alors, le pays, jamais colonisé vivait coupé du reste du monde. Depuis cinquante ans, ce dernier se montre particulièrement sélectif en matière d'accueil des touristes étrangers. Pour ce faire, il a mis en place un quota de touristes annuels ainsi qu'« une taxe pour le développement durable ». La 'Sustainable Development Fee' est depuis septembre fixée à environ 100 dollars par adulte et par nuitée (et ce jusqu'au 31 décembre 2024). Une politique totalement assumée par le Bhoutan qui a toujours souhaité privilégier la qualité et la durabilité de son tourisme plutôt que le nombre de visiteurs. Une manière de continuer à protéger ses traditions ancestrales fondées sur le bouddhisme ainsi que sa culture totalement unique.

En effet, le royaume cultive une politique économique originale qui favorise le développement durable, la préservation de l'environnement et de la culture mais également le bien-être spirituel et émotionnel de ses concitoyens. Au Bhoutan, le bonheur des citoyens est plus important que la richesse matérielle. C'est au cours des années 70, que l'ancien roi Jigme Singyé Wangchuk, le père du souverain actuel, a créé l'indicateur du BNB (le Bonheur National Brut) qui est mesuré depuis chaque année. Pour cela, le royaume cultive un mode de vie simple à l'atmosphère paisible et sereine favorisant l'harmonie avec la nature. Le Bhoutan a, par exemple, interdit l'alpinisme sur les sommets de plus de 6000 mètres. Les habitants pensent, en effet, que les hautes montagnes sont sacrées puisqu'elles sont les demeures des esprits et qu'il faut les laisser en paix. Avec 70% de son territoire à la nature préservée, et une politique minimisant autant que possible les émissions de carbone, le Bhoutan réussit l'exploit de présenter un bilan carbone négatif. Il est le seul pays au monde à absorber plus de carbone qu'il n'en émet. Ce soin apporté au développement durable est l'une des composantes importantes du BNB. Mais pas seulement. La gouvernance est très à l'écoute de la société bhoutanaise même à Thimphu, la capitale, nulle trace de feu tricolore qui étaient jugés peu efficaces et disgracieux par la population. La circulation est rythmée par des agents de police dans un élégant kiosque de bois sculpté, et ce seulement aux heures de bureau, le reste du temps les conducteurs se débrouillent par eux même. L'éducation et les soins de santé sont totalement gratuits. L'espérance de vie au Bhoutan est ainsi l'une des plus hautes d'Asie. Un véritable petit paradis, grand comme la Suisse. Pour les animaux aussi, puisqu'il y est interdit de tuer l'un d'entre eux. La viande consommée dans le royaume est entièrement issue des importations. Le gouvernement est d'ailleurs en train de réfléchir à interdire totalement cette dernière dans le pays.


Punakha River Lodge

Avec sa politique qui nivèle son tourisme, on peut trouver au Bhoutan de superbes hôtels de prestige qui partagent pleinement les valeurs du pays en matière de tourisme responsable. Comme les cinq établissements Six Senses situés à Paro, Bumthang, Punakha, Gangtey ou encore Thimphu. Depuis sa création en 1995, le groupe a à cœur d'offrir des lieux de villégiature pensés pour le bien-être de leurs hôtes mais aussi celui de la planète. C'est donc tout près de la capitale bhoutanaise que Six Senses a choisi d'ouvrir il y a cinq ans, l'un de ses établissements.



Punakha River Lodge

Perché sur un coteau lové au cœur des vergers et des forêts de pins, le lodge de Thimphu surplombe littéralement cette dernière et offre une vue spectaculaire sur la vallée et un Bouddha géant de 52 mètres. Ce palais dans les nuages s'inspire de l'architecture des traditionnels Dzong (ces monastères forteresses typiques du Bhoutan) et abrite 20 suites et 5 villas ainsi qu'une piscine, un spa et un restaurant où le bois, la pierre et l'ouverture sur l'extérieur invitent à la quiétude. Les alentours offrent moult activités comme la visite du temple Pangri Zampa, et de ses deux bâtiments construits au XVIème siècle qui abritent aujourd'hui une étonnante école monastique d'astrologie ou encore la promenade qui mène au monastère Cheri Goemba, en traversant l'un des plus anciens ponts à poutres en porte-à-faux du pays.

Le groupe &Beyond qui est déjà connu pour ses lodges de safari responsables et durables en Afrique et au Chili, a ainsi choisi le Bhoutan pour son premier établissement en Asie, le Punakha River Lodge. C'est donc à 1 400 mètres d'altitude, dans le cadre verdoyant des rives de la rivière Mo Cho, dans la vallée de Punakha, que la nouvelle création du groupe accueille ses chanceux hôtes depuis septembre dernier. Avec ses six suites sous tente (avec baignoire et douche extérieures) et ses deux villas pourvues d'une piscine privée, l'établissement offre le cadre idéal d'un séjour enchanteur au cœur des rizières et de la nature en tête à tête avec l'Himalaya.



Son architecture est typiquement bhoutanaise mettant en valeur les matières naturelles comme la pierre, le bronze ou les boiseries. On retrouve d'ailleurs çà et là, le pavot bleu, la fleur nationale du Bhoutan. La laine bhoutanaise est également utilisée comme pour les tissus d'ameublement, ou encore pour les couvertures. Son spa permet de goûter aux vertus des bains traditionnels aux pierres chaudes. Les environs de l'établissement offrent de nombreuses possibilités de randonnées. La région de Punaka (qui a été a été la capitale du Bhoutan jusqu'en 1955), abrite entre autres le temple de la fertilité Chimi Lhakhang, le village traditionnel de Sopsokha, le couvent de Sangchhen Dorji Lhuendrup ou encore l'un des plus anciens monastères du pays, le Punakha Dzong, à découvrir absolument. Mais aussi, le superbe Khamsum Yulley Namgyal Chorten construit en 2004 par la reine afin d'apporter la paix à tous les êtres vivants en conjurant les mauvais esprits. Bienvenue au pays du bonheur !



Punakha River Lodge



HEADING
FOR HAPPINESS...

Nestled in the heart of the majestic peaks of the Himalayas, Bhutan is a unique destination, which offers an incomparable spatio-temporal change of scenery. With its breathtaking landscapes, traditional culture jealously preserved for centuries, its impressive perched dzongs and an original philosophy of life based on Gross National Happiness (GNH), this South Asian kingdom holds the promise of an unforgettable getaway.

Bhutan only opened to travellers in 1974 and, until then, this never-colonised country existed cut off from the rest of the world. For 50 years, Bhutan has been particularly selective in welcoming foreign tourists, setting a quota of annual tourists allowed, as well as a tax for sustainable development. The Sustainable Development Fee has, since September, been set at around $100 per adult per night (until 31 December 2024), a policy fully supported by Bhutan's government, which has always wanted to prioritise quality and sustainability over the number of visitors - a way of continuing to preserve Buddhist ancestral traditions, as well as the country's totally unique culture.

> **"THE KINGDOM CULTIVATES AN ORIGINAL ECONOMIC POLICY THAT PROMOTES SUSTAINABLE DEVELOPMENT, THE PRESERVATION OF THE ENVIRONMENT AND CULTURE BUT ALSO THE SPIRITUAL AND EMOTIONAL WELL-BEING OF ITS CITIZENS."**

The kingdom cultivates an original economic policy that promotes sustainable development, the preservation of the environment and culture but also the spiritual and emotional well-being of its citizens. Indeed, in Bhutan, the happiness of citizens is more important than material wealth. It was during the 1970s that former King Jigme Singyé Wangchuck, the father of the current sovereign, created the GNH indicator, which is measured every year. For this, the kingdom advocates a simple way of life, with a peaceful and serene atmosphere, promoting harmony with nature. For example, Bhutan has banned mountaineering on peaks over 6,000 metres. The inhabitants believe, in fact, that the mountain peaks are sacred, as they are the home of spirits and must be left in peace. With 70% of its territory protected natural areas and a policy minimising carbon emissions as much as possible, Bhutan has achieved the feat of presenting a negative carbon footprint. It is the only country in the world to absorb more carbon than it emits. This attention to sustainable development is one of the important components of GNH but it is not the only factor. The authorities are very attentive to Bhutanese society's opinions. Even in Thimphu, the capital, there is no trace of the slightest traffic light - considered ineffective and unsightly by the population. Traffic is controlled by police officers in an elegant carved wooden kiosk and only during office hours; the rest of the time drivers fend for themselves. Education and healthcare are completely free and as a consequence, life expectancy in Bhutan is one of the highest in Asia. This is a veritable little paradise, the size of Switzerland – and for animals too, since it is forbidden to kill any of them, whilst any meat consumed in the kingdom comes entirely from imports. The government is also considering banning meat altogether.

Along with this tourism-limiting its policy, there are superb and prestigious hotels in Bhutan, which fully share the country's values in terms of responsible tourism, such as the five Six Senses establishments located in Paro, Bumthang, Punakha, Gangtey and Thimphu. Since its creation in 1995, the group has been committed to offering resorts designed for the well-being of guests but also of the planet. Five years ago, very close to the Bhutanese capital, Six Senses chose to open one of its establishments, perched on a hillside nestled in the heart of orchards and pine forests. Thimphu lodge offers a spectacular view of the valley and the giant, 52-metre-high Buddha. This five-star hotel amongst the clouds is inspired by the architecture of traditional dzongs (fortress-like monasteries, typical of Bhutan) and houses 20 suites and five villas, as well as a swimming pool, a spa and a restaurant where wood, stone and open-plan aspect invite a feeling of tranquillity. The surrounding area offers many activities such as visiting the Pangri Zampa temple and its two 16th-century buildings, which today house an astonishing monastic school of astrology; or the walkway that leads to the Cheri Goemba monastery, crossing one of the oldest cantilever girder bridges in the country. This autumn, the &Beyond Punakha River Lodge opened its doors. The group is already known for its responsible and sustainable safari lodges in Africa and Chile and has now chosen Bhutan for its first establishment in Asia. It is at an altitude of 1,400 metres, in the verdant setting of the banks of the Mo Chhu River in the Punakha valley, that the group's new creation has been welcoming its lucky guests since last September. With six tent suites (with outdoor bathtub and shower) and two villas with a private swimming pool, the establishment offers the ideal setting for an enchanting stay in the heart of the rice fields and nature, close-up with the Himalayas. The architecture is typically Bhutanese, highlighting natural materials such as stone, bronze and woodwork. Seen here and there is the blue poppy, the national flower of Bhutan. Bhutanese wool is also used, such as for furnishing fabrics and blankets. The spa also allows you to taste the virtues of traditional hot stone baths. The surrounding area has numerous hiking opportunities and the Punaka region (capital of Bhutan until 1955) is home to the Chimi Lhakhang fertility temple, the traditional village of Sopsokha, the Sangchhen Dorji Lhuendrup convent and one of the oldest monasteries in the country, the Punakha Dzong, a must-see; but also the superb Khamsum Yulley Namgyal Chorten shrine built in 2004 by the Queen of Bhutan, in order to bring peace to all living beings by warding off evil spirits.



Punakha River Lodge



Six Sense Bouthan



BOCONCEPT

FAUTEUIL BOLZANO

Intemporel et cocooning à souhait ce fauteuil imaginé par Morten Georgsen marie avec élégance formes organiques et design épuré. Existe en plusieurs finitions. PPC : à partir de 1 159 €

BoConcept Bolzano armchair

Wonderfully timeless and snug, this Morten Georgsen-designed armchair is an elegant combination of organic forms and refined design, available in various different finishes. RRP: from €1,159.

Par Emilie Thevenin

Instants
COCOONING

Les températures hivernales ont au moins un avantage indéniable, celui d'offrir l'excuse idéale pour ne pas mettre le nez dehors et profiter de son intérieur cosy. Quoi de plus agréable après une journée de labeur, que de se lover dans son fauteuil favori afin de profiter de son émission préférée ou encore se plonger dans sa lecture en cours ? Voici quelques-unes des créations qui invitent à simplement profiter du temps qui passe, confortablement installé....

HOMING
INSTANTS

There is at least one undeniable advantage to the wintry weather: it's the ideal opportunity to stay indoors and make the most of your cosy interior; and what could be more pleasing after a hard day than curling up in your favourite armchair to watch the TV programme or read the book of your choice? Here, we take a look at some designs that positively beg you spend time in them, whiling away the time in comfort.





AIRBORNE

FAUTEUIL HAMAKA

Coralie Frick et Arnaud Le Cat réinventent pour Airborne le siège flottant du début des années 60. Fabriqué entièrement en France. PPC : 1 656 €

Airborne Hamaka chair

Coralie Frick and Arnaud Le Cat have redesigned Airborne's floating chair from the 1960s, 100% made in France. RRP: €1,656



CALLIGARIS

FAUTEUIL JILL

Imaginé par Bernhardt & Vella, ce modèle réinterprète les tendances des années 70 avec modernité et moelleux. Existe en plusieurs coloris. PPC : à partir de 1 725 €

Calligaris Jill chair

Designed by Bernhardt & Vella, this piece is a modern, soft version of the furniture fashions of the 70s and is available in several different colours. RRP: €1,725



CASSINA

COLLECTION IMAESTRI FAUTEUIL MARALUNGA 50

Pour célébrer le 50ème anniversaire du partenariat de Vico Magistretti avec Cassina, cette dernière dévoile une version inédite de son fauteuil iconique habillé d'un cuir Nabuk, couleur Maralunga 50. Prix sur demande

Cassina iMaestri Collection Maralunga 50 chair

Celebrating 50 years of collaboration with Vico Magistretti, Cassina have unveiled an exclusive version of their iconic armchair, featuring nabuk leather in the shade, Maralunga 50. Price on demand.



KANN

DESIGN FAUTEUIL ATLAS

Cette création est l'aboutissement d'une recherche sur le confort et la durabilité. Utilisable aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur. PPC : 3 740 €

Kann Design Atlas chair

This creation is the result of research into comfort and sustainability and is just as good for outdoors as it is for indoors. RRP: €3,740.

LIGNE ROSET
FAUTEUIL OYSTER CM 137
La marque réédite cette année le modèle de fauteuil iconique imaginé par Pierre Paulin en 1952. Son confort enveloppant et ses lignes rétro lui confèrent un confort incomparable.
PPC : à partir de 2 702 €

Ligne Roset Oyster CM 137 chair
The brand has reissued this iconic piece designed by Pierre Paulin in 1952 and with its welcoming aspect and retro lines, it is unbelievably comfortable.
RRP: from €2,702.





MDF ITALIA

FAUTEUIL MIA

Imaginé par Francesco Bettoni, ce fauteuil à la fois compact, moelleux et accueillant offre beaucoup de caractère et de modernité à la pièce. Il se décline en plusieurs revêtements. Prix sur demande

MDF Italia Mia chair

Designed by Francesco Bettoni, this compact, comfy and welcoming chair will bring a lot of character and modernity to a room and is available in various different coverings. Price on demand.

CHEHOMA

FAUTEUIL GELATO MOKA

Ce modèle joue la carte du confort et du réconfort avec ses formes organiques et son revêtement en velours côtelé brun. PPC : 907,40 €

Chehoma Gelato Moka armchair

This piece is both comfy and comforting, with organic lines and a brown corduroy cover. RRP: €907.40.





DUVIVIER

FAUTEUIL ARSÈNE

Avec son assise généreuse, ses pieds massifs et ses lignes intemporelles, ce modèle offre un confort exceptionnel. Fait main en France. Existe en plusieurs finitions. Prix sur demande.

Duvivier Arsène armchair

With a generously-proportioned seat, solid legs and timeless lines, this hand-made-in-France piece is exceptionally comfortable and comes in various finishes. Price on demand.

ROCHE BOBOIS

FAUTEUIL SPHÈRE

Imaginé par Maurizio Manzoni, ce fauteuil aux lignes originales et modernes offre une assise particulièrement confortable et agréable. Existe en plusieurs finitions. PPC : à partir de 2 200 €

Roche Bobois Sphère chair

Designed by Maurizio Manzoni, this armchair is original and modern-looking, as well as being particularly comfortable and pleasing to sit in and is available in various finishes. RRP: €2,200.





ETHNICRAFT

FAUTEUIL JACK

Avec ses formes et son volume généreux, ce modèle épuré est inspiré du modernisme scandinave, dans un esprit classique et vintage assumé. PPC 1 198 €

Ethnicraft Jack chair

Spacious and generously shapely, this refined piece is inspired by modern Scandinavian design, in a bold and classically vintage spirit. RRP: €1,198.

ZUIVER

FAUTEUIL BLOOM NOIR

Ce fauteuil aux allures futuristes peut se targuer d'être entièrement fabriqué à partir de déchets recyclés de l'industrie automobile ! PPC : 679€

Zuiver Bloom Noir chair

This futuristic armchair is proudly fabricated entirely from recycled waste from the automobile industry! RRP: €679.





KARTELL

FAUTEUIL K-WAIT TEXTURE

La collection d'assises rembourrées de Rodolfo Dordoni, avec ses lignes douces et arrondies, se décline cette année en version tournante. PPC : à partir de 2 427 €

Kartell K-Wait Texture chair

Rodolfo Dordoni's collection of cushioned chairs with soft, rounded shapes this year includes this swivel version. RRP: €2,427.



EICHHOLTZ MONACO

FAUTEUIL CHAIR NOUVELLE

Inspiré des meubles du design italien post-modern des années 70 et 80. En velours rouge foncé. Existe en plusieurs couleurs. PPC : 1875 € en stock immédiat Chez Eichholtz Monaco 23 Bd des Moulins Monaco

Eichholtz Monaco Chair Nouvelle

Inspired by post-modern Italian design from the 70s and 80s, in dark red velvet. Available now in various different colours from Eichholtz Monaco, 23 boulevard des Moulins, Monaco. RRP: €1,875.



AP COLLECTION

FAUTEUIL AFRICAN SAFARI

La marque conçoit et fabrique des assises haut de gamme en modèle unique, sur lesquelles des peluches d'animaux sont assemblées une à une et à la main, pour vous assurer un confort et un accueil d'exception.
Chez Garbarino Monaco 40 Bd des Moulins Monaco

AP Collection African Safari Chair

AP Collection design and produce high-end, one-off creations, featuring cuddly animal toys which are attached one by one by hand, providing the utmost comfort and an exceptional welcome. Available from Garbarino Monaco, 40 boulevard des Moulins, Monaco.



PORADA

FAUTEUIL CALIN

Quel joli nom pour ce nouveau modèle de la marque italienne spécialiste des meubles en bois ! Ce fauteuil pivotant est doté d'un dossier en bois courbé qui accueille des coussins souples. Prix sur demande.

Porada Calin armchair

The Calin (hug) chair, from this Italian brand specialising in wooden furniture, lives up to its name, with a swivel function and curved wooden backrest with soft cushions. Price on demand.

Par Emilie Thevenin

BULLES EN FÊTE

Cette année encore, les pétillantes Maisons de Champagne redoublent d'imagination et de créativité afin de sublimer les fêtes de fin d'année en parant leurs meilleurs flacons de leurs plus beaux atours. Voici sept valeurs sûres qui n'ont pas fini de vous surprendre et de vous passionner avec leurs créations d'exception.

SEASONAL SPARKLERS

Once again this year, the champagne houses are bubbling with imagination and ideas to enhance the end-of-year celebrations by adorning their best bottles with their most beautiful finery. Here we take a look at seven star champagne houses that continue to surprise and excite with their exceptional creations.

CHAMPAGNE
BOLLINGER
MAISON FONDÉE EN 1829



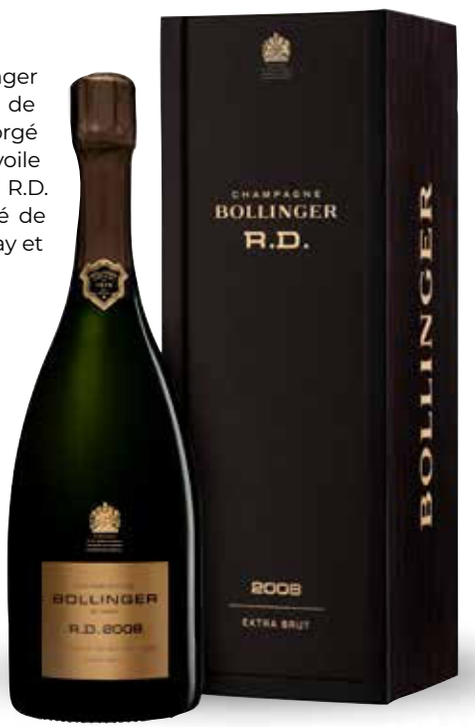


Pour la petite histoire...

Au milieu du XIXème siècle Athanase-Louis-Emmanuel Hennequin, Comte de Villermont s'installe à Aÿ. Son statut d'aristocrate lui interdisant de faire commerce, il s'associe donc en 1829, avec Jacques Joseph Bollinger et Paul Renaudin afin de produire du Champagne. En 1837, Jacques Joseph Bollinger épouse Louise-Charlotte de Villermont, la fille d'Athanase et poursuit, après le décès de ses deux associés, l'aventure avec passion. En 1923, son petit-fils, Jacques Bollinger épouse Elizabeth Law de Lauriston Boubers. Ensemble, ils étendent et modernisent le domaine. A la mort de celui-ci, Elizabeth dite 'Madame Bollinger' reprend les rênes de la Maison et c'est en grande partie, à elle, que le Champagne Bollinger doit sa notoriété à travers le monde. A ce jour encore, Bollinger demeure l'une des dernières Maison de Champagne familiales.

Pour les fêtes... R.D. 2008

En clin d'œil à l'audace de Madame Bollinger qui fut la première à décider en 1967 de commercialiser un millésime ancien dégorgé et dosé comme un extrabrut, la Maison dévoile pour les fêtes, un millésime d'exception R.D. (récemment dégorgé) de 2008, composé de 71% de Pinot Noir et de 29% de Chardonnay et très faiblement dosé.



Interesting facts...

In the middle of the 19th century, Athanase-Louis-Emmanuel Hennequin, Count of Villermont, settled in Aÿ. His status as an aristocrat prohibited him from trading so, in 1829, he joined forces with Jacques Joseph Bollinger and Paul Renaudin to produce champagne. In 1837, Jacques Joseph Bollinger married Louise-Charlotte de Villermont, the daughter of Athanase and, after the death of his two partners, continued the adventure with a passion.

In 1923, his grandson, Jacques Bollinger, married Elisabeth Law de Lauriston Boubers and together they expanded and modernised the domain. On his death, Elisabeth, known as Madame Bollinger, took over the reins of the house and it is largely to her that Champagne Bollinger owes its world famous status. To this day, Bollinger remains one of the last family-run champagne houses.

Festive fizz.... R D 2008`

In a nod to the audacity of Madame Bollinger who, in 1967, was the first to decide to market an old vintage recently disgorged and dosed as an extra-brut, this festive season the house unveils an exceptional vintage R D (recently disgorged) from 2008, composed of 71% Pinot Noir and 29% Chardonnay that is very low-dosage.

MAISON FONDÉE EN 1776

LOUIS ROEDERER

CHAMPAGNE



Pour la petite histoire...

Louis Roederer est l'une des rares maisons familiales indépendantes encore dirigées par l'un des descendants de ses fondateurs. La cuvée iconique de la Maison a été imaginée à la demande du Tsar Alexandre II. Ce dernier demanda à l'époque à la Maison Louis Roederer de lui élaborer une cuvée exclusive. Pour celle-ci il a quelques exigences comme le fait que le flacon soit transparent et à fond plat afin d'éliminer tout risque d'empoisonnement ou d'attentat. Le cristal est alors choisi pour façonner la bouteille donnant par cela le nom à cette cuvée de prestige réservée au marché russe jusqu'en 1924. Cette dernière, composée d'un assemblage de Chardonnay (40% environ) et de Pinot Noir (60% environ), n'est élaborée que lors des grandes années et est issue de vieilles vignes Grand Cru.

Pour les fêtes... Cristal 2015

Pour les fêtes de fin d'année la Maison dévoile un millésime remarquable de sa cuvée iconique. Cristal 2015 est en effet pour la première fois depuis 2002, issu de l'ensemble des 45 parcelles de plus de vingt ans d'âge éligibles à entrer dans l'assemblage de la cuvée iconique de Louis Roederer.



Interesting facts...

Louis Roederer is one of the rare, independent family houses still managed by one of the descendants of its founders. The house's iconic vintage was created at the request of Tsar Alexander II, who asked Maison Louis Roederer to create an exclusive vintage for him. The Tsar had some requirements, such as that the bottle be transparent, with a flat bottom, in order to eliminate any risk of poisoning attacks. Crystal was thus chosen for the bottle, thereby giving the name to this prestigious cuvée, reserved for the Russian market until 1924.

Composed of a blend of Chardonnay (circa 40%) and Pinot Noir (circa 60%), it is only produced in good years and comes from old Grand Cru vines.

Festive fizz... Cristal 2015

For the end-of-year celebrations, the house unveils a remarkable vintage of its iconic champagne. For the first time since 2002, Cristal 2015 is made from grapes from all 45 plots over 20 years old, eligible to be included in Louis Roederer's legendary blend.

FONDÉ EN 1743

MOËT & CHANDON

CHAMPAGNE



Pour la petite histoire...

La Maison Moët & Chandon peut se targuer de posséder le plus vaste vignoble avec ses 1 190 hectares, mais aussi le plus diversifié de Champagne. Ses caves sont également les plus étendues de la région avec plus de 28 kilomètres de dédales sous terre. Fondée à Epernay, en 1743 par Claude Moët, c'est au descendant de ce dernier, Jean-Rémy Moët, que la Maison doit en grande partie son succès à travers le monde. Sa cuvée Moët Impériale qui représente 85% de sa production doit son nom à un hommage à l'Empereur Napoléon Bonaparte, fidèle client de la Maison. On murmure même que c'est ce dernier qui inventa la tradition du sabrage de bouteilles de champagne Moët afin de célébrer ses victoires militaires. Créée en 1869, celle-ci est le fruit d'un assemblage de plus de 200 crus qui marient avec talent trois cépages : le Pinot Noir, le Meunier et le Chardonnay.

Pour les fêtes... Collection Impériale Création n°1

Création N°1 est la première cuvée d'une ligne de champagnes qui constitue la nouvelle Collection Impériale de Moët & Chandon. Elle est élaborée à partir d'un assemblage de sept millésimes remarquables, vieillis selon différents processus de maturation en fûts de chêne et sur lies, puis en bouteilles.



Interesting facts...

Moët & Chandon can boast of owning the largest (1,190 hectares) and the most diverse vineyard in Champagne. Its cellars are also the largest in the region, comprised of over 28 kilometres of underground mazes. Founded in Epernay in 1743 by Claude Moët, it is to his descendant, Jean-Rémy Moët, that the house owes much of its worldwide success. The Moët Impériale vintage, which represents 85% of its production, owes its name to a tribute to Emperor Napoleon Bonaparte, a loyal customer of the house. It is even rumoured that it was Napoleon who invented the tradition of sabering open Moët champagne bottles when celebrating military victories. Created in 1869, it is the result of a blend of more than 200 wines which skilfully combines three grape varieties: Pinot Noir, Meunier and Chardonnay.

Festive fizz... Collection Impériale Creation N°1

Création N°1 is the first vintage in a line of champagnes which constitutes the new Collection Impériale from Moët & Chandon. It is made from a blend of seven remarkable vintages, aged according to different maturation processes in oak barrels and on lees, then in bottles.

G.H.MUMM
CHAMPAGNE



Pour les fêtes... Millésime 2015

Dominé évidement par le Pinot Noir à 75%, le Mumm Millésimé 2015 est vieilli plusieurs années dans les caves historiques de la Maison. Ses notes gourmandes se caractérisent par ses parfums de fruits blancs, de fruits exotiques, et de miel d'acacia.

Interesting facts...

The history of Maison Mumm is intrinsically linked to its emblematic grape variety, Pinot Noir, which today represents 78% of the house's production. It was in 1827 that Arnold, Gottlieb, Jacobus and Philipp Mumm settled in Champagne and founded the eponymous house. Quality is their common thread, which would also apply to their successors, such as Georges Hermann Mumm, son of one of the founders, who extended the international reputation of Mumm. It is also to him that we owe Mumm Cordon Rouge, still today a symbol of the quality of the house which now has the motto, "Only the best". The red silk ribbon is a nod to the Grand Cordon of the Legion of Honour, the ultimate decoration for great soldiers.

Festive fizz... Millésime 2015

Obviously dominated by 75% Pinot Noir, Mumm Millésime 2015 is aged for several years in the house's historic cellars. Its gourmet nature is characterised by notes of white fruit, exotic fruit and acacia honey.

Pour la petite histoire...

L'histoire de la Maison Mumm est intrinsèquement liée à son cépage emblématique, le Pinot Noir qui représente aujourd'hui 78% du vignoble de celle-ci. C'est en 1827 qu'Arnold, Gottlieb, Jacobus et Philipp Mumm s'installent en Champagne et fondent la Maison éponyme. La qualité est leur fil rouge et sera également celui de leurs successeurs comme Georges Hermann Mumm, fils de l'un des fondateurs, qui étend à l'international l'aura de Mumm. C'est à ce dernier que l'on doit également la cuvée Mumm Cordon Rouge, toujours symbole de la qualité des flacons de la Maison qui a désormais pour devise « Seulement le meilleur ». Ce ruban de soie rouge est un clin d'œil au Grand Cordon de la Légion d'honneur, la récompense ultime des grands officiers.





Ruinart

LA PLUS ANCIENNE MAISON DE CHAMPAGNE

Pour la petite histoire...

Ruinart est la plus ancienne Maison de Champagne. Elle a été fondée il y a bientôt trois siècles, en 1729 par Nicolas Ruinart, un négociant de draps, au cœur du siècle des Lumières. Plusieurs générations de Ruinart travaillèrent d'arrache-pieds pour développer la Maison et la faire connaître à travers le monde. Celle-ci est aussi connue pour ses Crayères acquises en 1877. Ces cathédrales de craies souterraines situées plusieurs mètres sous la ville de Reims où maturent idéalement ses cuvées, sont inscrites au Patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 2015. C'est la finesse et l'élégance du cépage du Chardonnay que la Maison choisit de mettre à l'honneur dans l'ensemble de ses cuvées. Or la craie confère aux vins, et plus particulièrement au Chardonnay, fraîcheur et légèreté.

Pour les fêtes... Eva Jospin L'Edition Limitée

Eva Jospin a imaginé une édition limitée de collection autour d'un Jéroboam de Blanc de Blancs. Elle a conçu un décor miniature de crayère, sculpté dans des strates de carton. La bouteille vient s'inscrire à l'intérieur de ce paysage en creux indispensable, au processus d'élaboration du champagne.

Interesting facts...

Ruinart is the oldest house in Champagne, founded almost three centuries ago in 1729 by cloth merchant, Nicolas Ruinart, during the middle of the Age of Enlightenment. Several generations of Ruinarts worked hard to develop the house and make it known throughout the world. The house is also known for its chalk quarries acquired in 1877. These underground chalk cathedrals, located several metres below the city of Reims, ideal for maturing, have been listed as UNESCO World Heritage since 2015. It is the finesse and the elegance of the Chardonnay grape variety that the house has chosen to highlight in all of its vintages - and chalk gives the wines, and more particularly Chardonnay, freshness and lightness.

Festive fizz... Eva Jospin Limited Edition

Eva Jospin has created a limited edition collection around a jeroboam of Blanc de Blancs. She has designed a miniature chalkboard decoration, sculpted in layers of cardboard. The bottle becomes part of this hollow champagne-growing landscape.





CHAMPAGNE

TAITTINGER

Pour la petite histoire...

C'est en 1932, que Pierre Taittinger achète le Château de la Marquetterie en Champagne. Mais c'est son fils François, qui donne le nom de Taittinger au domaine et qui fait le choix stratégique de travailler un cépage jusqu'alors peu couru, le Chardonnay. Par la suite, Claude Taittinger aura à cœur dans les années 60 de faire rayonner le nom de la Maison et de ses flacons à travers la planète. Celle-ci changera de mains mais Pierre-Emmanuel Taittinger rachète au groupe Starwood en 2006, le domaine familial et lui donne un nouvel essor. Il est rejoint l'année suivante, par ses enfants Clovis et Vitalie. Ainsi, près d'un siècle après sa création, ce sont toujours les descendants de Pierre Taittinger qui perpétuent avec passion l'esprit avant-gardiste de leur aïeul.

Pour les fêtes... Comtes de Champagne Grands Crus Blanc de Blancs 2013

L'année 2013 a été particulièrement ensoleillée en Champagne avec plus de 800 heures enregistrées. Ajoutées aux légères pluies de septembre, on arrive à une grande année maturée en cave durant une décennie. Cette cuvée est composée exclusivement de Chardonnays provenant des prestigieux villages classés « Grands Crus » de la Côte des Blancs.

Interesting facts...

It was in 1932 that Pierre Taittinger bought the Château de la Marquetterie in Champagne but it was his son, François, who gave the name Taittinger to the estate and who made the strategic choice of working with a hitherto little-used grape variety: Chardonnay. Subsequently, in the 1960s Claude Taittinger was keen to promote the name of the house and its wines globally. The company changed hands but Pierre-Emmanuel Taittinger bought the family estate from the Starwood Group in 2006 and gave it new momentum. He was joined the following year by his children, Clovis and Vitalie. Thus, almost a century after its creation, it is still the descendants of Pierre Taittinger who passionately perpetuate the avant-garde spirit of their ancestor.

Festive fizz...
Comtes de Champagne Grands Crus Blanc de Blancs 2013

Comtes de Champagne Grands Crus Blanc de Blancs 2013
The year 2013 was particularly sunny in Champagne with more than 800 hours recorded. Add to that the light rains of September and this has made for a great year, now matured in cellars for a decade. This cuvée is composed exclusively of Chardonnays from the prestigious Grands Crus villages of the Côte des Blancs.







Veuve Clicquot

REIMS FRANCE

Pour la petite histoire...

C'est Philippe Clicquot-Muiron qui a fondé en 1772, la Maison de Champagne Clicquot Ponsardin. Un grand nom du Champagne qui a célébré l'an dernier son 250ème anniversaire. Un évènement qui n'aurait pu avoir lieu sans une « grande dame du Champagne », Madame Clicquot, née Barbe-Nicole Ponsardin. C'est elle qui reprend en 1805, à la mort de son mari François les rênes de la petite entreprise et qui hissera grâce à son audace et son esprit visionnaire, les Champagnes Veuve Clicquot Ponsardin au rang d'excellence célébrée à travers le monde. Elle révolutionne également l'univers du Champagne grâce à de nouvelles techniques d'élaboration. On lui doit notamment le tout premier millésime de Champagne ou encore le premier champagne rosé d'assemblage obtenu en ajoutant un peu de son vin rouge de Bouzy à son champagne.

Pour les fêtes... La Grande Dame 2015 et son seau en édition limitée

Veuve Clicquot s'est associée à l'artiste céramiste italienne de renommée internationale Paola Paronetto, pour la création d'un seau à glace réalisé selon la technique du « paper clay ». Chaque seau est entièrement fait main, personnalisé, cuit et signé par l'artiste, ce qui confère à chaque pièce un caractère unique.

Interesting facts...

It was Philippe Clicquot-Muiron who founded, in 1772, the Maison Clicquot Ponsardin, a great name in champagne which celebrated its 250th anniversary last year - an event which could not have taken place without a great dame of champagne, Madame Clicquot, born Barbe-Nicole Ponsardin. It was she who took over, in 1805 on the death of her husband, François, the reins of the small business and who, thanks to her audacity and visionary spirit, raised the Veuve Clicquot Ponsardin champagnes to the rank of excellence, celebrated throughout the world. She also revolutionised the world of champagne with new production techniques. In particular, she was responsible for the very first vintage of champagne, as well as the first blended rosé champagne, obtained by adding a little Bouzy red wine.

Festive fizz...
Grande Dame 2015 and limited-edition ice bucket

Grande Dame 2015 and limited-edition ice bucket
Veuve Clicquot has teamed up with the internationally-renowned Italian ceramic artist, Paola Paronetto, to produce an ice bucket made using the paper clay technique. Each bucket is entirely handmade, personalised, fired and signed by the artist, giving each piece a unique character.



Par Emilie Thevenin

ÉCHAPPÉE GOURMANDE

à l'Auberge du Moulin de Léré



© Violaine Guilloux



L'auberge du Moulin de Léré est avant tout l'histoire d'un coup de cœur. Celui du Chef étoilé Frédéric Molina et de sa femme Irene Gordejuela (qui se prononce Iréné), pour ce magnifique moulin du XVIIème siècle, niché au cœur de la campagne alpine, dans le petit village de Vailly en Haute-Savoie. Mais aussi pour une philosophie et un art de vivre en totale harmonie avec la nature et les saisons.







Originaire de Tarbes en Gascogne, et ayant grandi dans la ferme de ses parents viticulteurs, Frédéric Molina se passionne pour la cuisine dès son plus jeune âge. Après des études en Arts Culinaires, il part faire ses premières armes à Paris où il rencontre Irene, une belle espagnole venue perfectionner son français, et qui deviendra sa femme. Tous deux passionnés par les voyages, ils parcourent le monde les dix années suivantes, de l'Asie à l'Irlande et l'Espagne en passant par plusieurs années en Australie. Après être rentrés en France, ils se lancent en 2014, dans l'aventure de leur vie, en reprenant l'Auberge du Moulin de Léré. Ils souhaitent y offrir à leurs hôtes leur vision de l'hospitalité et une gastronomie sincère et libre. « Le partage humain avec les producteurs, l'équipe puis les hôtes, cette vision humaniste de l'art culinaire et du métier d'aubergiste au sens noble du terme, nous les assumons et les partageons avec beaucoup de fierté » expliquent-ils. Rien que la bâtisse mérite le détour, avec son architecture pleine de caractère toute de bois et de pierre, son ruisseau attenant ou encore son jardin boisé de vieux pommiers et abritant un florilège de plantes aromatiques. Le cadre verdoyant où la nature est omniprésente invite au lâcher prise et à la reconnexion avec soi. Une authenticité que l'on retrouve également à l'intérieur. L'auberge compte seulement cinq chambres intimistes, où il fait bon profiter du temps qui passe. L'écrin idéal pour une parenthèse ressourçante, loin de la frénésie du quotidien... En cuisine, Frédéric fait la part belle aux produits artisanaux, de saison et surtout exclusivement locaux.

En effet, au Moulin de Léré, le concept de circuit court prend tout son sens. Frédéric et Irene ont ainsi leur propre potager et travaillent en étroite collaboration avec des producteurs locaux choisis à 90% dans un rayon de trente kilomètres autour de l'Auberge. Les écarts ne sont qu'exceptionnels comme le sel de Guérande ou le Café équitable d'Éthiopie. Ils utilisent également le moulin meunier hydraulique remis en marche, afin d'y fabriquer leur propre farine et confectionner du pain maison. C'est ainsi que Frédéric sublime avec inventivité et au rythme des saisons, les trésors des alentours comme les champignons de la forêt voisine, la pèche sauvage du Lac Léman, la cueillette de légumes et de fruits de saison, le gibier de la région, etc. Le caractère durable de sa cuisine est un pilier important pour Frédéric.

> **LE CHEF NE PROPOSE QU'UN MENU UNIQUE, OÙ LE VÉGÉTAL EST À L'HONNEUR, QU'IL RÉINTERPRÈTE CHAQUE SEMAINE.**





Ainsi ses fournisseurs partagent tous sa philosophie éco-responsable et son engagement en matière d'agriculture raisonnée et biologique. Toujours dans un but de cohérence, le Chef ne propose qu'un menu unique, où le végétal est à l'honneur, qu'il réinterprète chaque semaine. Il travaille d'ailleurs, autant faire que se peut, l'ensemble du produit, de la racine à la feuille, visant le zéro déchet. Le succès est au rendez-vous et sa vision de la cuisine est auréolée d'une étoile au Guide Michelin depuis 2019 mais aussi d'une étoile verte qui vient récompenser sa démarche vertueuse depuis 2020. Le petit supplément d'âme apporté par l'accueil souriant et attentionné d'Irene est également à souligner. Celle-ci a même remporté l'an dernier le Prix de l'Accueil du festival Omnivore.

Une belle adresse à découvrir ou redécouvrir...

AUBERGE DU MOULIN DE LÉRÉ
SOUS LA CÔTE 74470 VAILLY
Tél. +33 (0)4 50 73 61 83

GOURMET GETAWAY:

AUBERGE DU MOULIN DE LÉRÉ

The Auberge du Moulin de Léré is, above all, the love story of Michelin-starred chef, Frédéric Molina, and his wife, Irene (pronounced Iréné) Gordejuela for this magnificent 17th-century mill, nestled in the heart of the Alpine countryside in the small village of Vailly in Haute-Savoie; but it is also the story of a philosophy and art of living in total harmony with nature and the seasons.

Originally from Tarbes in Gascony and having grown up on the farm of his winegrower parents, Frédéric Molina has been passionate about cooking from a very young age. After attending cookery school, he started his career in Paris where he met Irene, a beautiful Spanish woman, there to practice her French, who would become his wife. Both passionate about travel, they lived all over the world for the next 10 years, from Asia to Ireland and Spain, including several years in Australia. After returning to France, in 2014 they embarked on the adventure of their lives, taking over the Auberge du Moulin de Léré. The aim is to offer



guests their vision of hospitality and sincere, unconstrained gastronomy. “Our close relationship with local producers, our team and also with guests, this humanist vision of culinary art and the inn-keeping profession in the noble sense of the term, we proudly take this on board,” explains the couple.

The building alone is quite something, with its architecture full of character made of wood and stone, an adjoining stream and old, wooded apple orchard, sheltering a plethora of aromatic herbs and plants. The green setting where nature is omnipresent invites you to let go and reconnect with yourself, an authenticity that is also found in the interior. The inn has only five intimate rooms, where you can enjoy the passing of time - the ideal setting for a refreshing break, far from the frenzy of everyday life.

In the kitchen, Frédéric gives pride of place to artisanal, seasonal and, above all, exclusively local products. Indeed, at the Moulin de Léré, the short-circuit concept is in full swing. Frédéric and Irene have their own vegetable garden and work in close collaboration with local producers, 90% of whom are chosen within a 30-kilometre radius. There are some rare exceptions, like salt from Guérande or fair-trade coffee from Ethiopia. They also use the now-restored hydraulic mill to make their own flour and homemade bread. This is how Frédéric enhances the treasures that surround them, with inventiveness and to the rhythm of the seasons, such as mushrooms from the neighbouring forest, wild fish from Lake Geneva, seasonal vegetables and fruit, regional game and so on. The sustainable nature of his cuisine is an important pillar for Frédéric: suppliers all share this eco-responsible philosophy and commitment to sustainable, organic farming. Always with the aim of consistency, the chef only offers a single menu, with an emphasis on vegetables, which he reinterprets each week. The chef uses - as much as is possible - the entire product, from root to leaf, aiming for zero waste.







Par Cécilia Artus

QUAND L'EXCLUSIVITÉ

devient Réalité

Rolls-Royce Motor Cars, le symbole de l'automobile de luxe par excellence, a récemment présenté deux créations exceptionnelles lors d'événements privés exclusifs : "La Rose Noire" et "Amethyst Droptail". Ces deux séries limitées témoignent de la passion, de l'excellence et de la vision de la clientèle de la marque, renforçant sa position prédominante dans l'industrie automobile.

Rolls Royce la Rose



Peu avant la rentrée, Rolls-Royce a fièrement dévoilé sa série limitée “Droptail”, une collection exceptionnelle de véhicules sur mesure conçus pour incarner l’excellence absolue en matière de design et d’artisanat. Cette série, composée de quatre éditions spéciales uniques, s’adresse à une clientèle privilégiée et exigeante, et vise à créer des voitures qui reflètent la personnalité, les passions et les goûts de chaque client. Rolls-Royce s’engage ainsi à offrir une expérience de personnalisation inégalée, permettant à chaque client de collaborer étroitement avec les concepteurs et les artisans de la marque pour donner vie à une voiture qui soit véritablement la leur.

La Rose Noire : Une Ode Florale à la Black Baccara

La première voiture de cette série, “La Rose Noire”, puise son inspiration dans la rose Black Baccara, une fleur envoûtante qui a toujours captivé la mère du couple de clients. Sa création a nécessité une technologie avancée, avec 150 itérations pour parvenir à la perfection. La peinture extérieure révèle deux nuances changeantes, évoquant les pétales de la rose Black Baccara. La première nuance, “True Love”, incarne la romance souhaitée par le couple, tandis que la teinte plus sombre, “Mystery”, s’inspire de la nature énigmatique de la rose, changeant de couleur selon l’angle de vue. À l’intérieur, pas moins de 1 603 pièces de placage de bois noir et rouge représentent avec soin la chute des pétales de rose, offrant une expérience sensorielle unique aux occupants. Cette voiture va bien au-delà de la simple notion de luxe ; elle est une véritable déclaration d’amour envers la beauté intemporelle de la rose Black Baccara.

Amethyst Droptail : l’Éclat de la Pureté

Le deuxième modèle de la série limitée “Droptail”, “Amethyst Droptail”, révélé le 24 août 2023, s’inspire de la pierre précieuse améthyste, pierre de naissance du fils du client. Cette création incarne la pureté, la clarté et la résilience, des thèmes explorés en profondeur dans cette œuvre automobile. Son extérieur, un bijou mécanique, est teinté d’une peinture violette iridescente évoquant la floraison de la Globe Amaranth.

À l’intérieur, des garnitures en cuir Sand Dunes ont été développées sur mesure pour correspondre aux teintes du bois Calamander Light, choisi par le client. Les panneaux en bois, du tableau de bord aux portes, créent une atmosphère chaleureuse et raffinée, tandis que des gemmes d’améthyste ornent l’intérieur et l’extérieur de la voiture.

Ces deux éditions limitées, “La Rose Noire” et “Amethyst Droptail”, incarnent l’apogée de l’artisanat automobile de Rolls-Royce. Chacune de ces œuvres d’art roulantes est un témoignage de la volonté de Rolls-Royce de repousser les limites de la personnalisation automobile, en utilisant des matériaux rares, des techniques artisanales et un souci méticuleux du détail. La série limitée “Droptail” offre ainsi une expérience automobile inégalée pour des clients à la recherche d’un luxe absolu et d’une exclusivité sur mesure. Qu’il s’agisse de “La Rose Noire” ou d’”Amethyst Droptail,” cette série limitée incarne l’excellence en matière de design et d’artisanat, une célébration de l’individualité, de la passion et de l’art, offrant un aperçu du futur de l’artisanat automobile de luxe.



WHEN EXCLUSIVITY
BECOMES REALITY

Rolls-Royce Motor Cars, the symbol of luxury motoring par excellence, recently presented two exceptional creations at exclusive private events: La Rose Noire and the Amethyst Droptail. These two limited series are a testament to the passion, excellent taste and vision of the brand's clients, reinforcing Rolls-Royce's predominant position in the automotive industry.

At the end of last summer, Rolls-Royce proudly unveiled its Droptail limited series, an exceptional collection of bespoke vehicles designed to embody absolute excellence in design and craftsmanship. This series, made up of four unique, special commissions, targets a privileged and demanding clientèle, aiming to create cars that reflect the personality, passions and tastes of each customer. Rolls-Royce is committed to offering an unparalleled personalisation experience, allowing each customer to collaborate closely with the brand's designers and artisans to bring to life a car that is truly their own.

La Rose Noire: Floral Ode To The Black Baccarat

The first car in this series, La Rose Noire, draws its inspiration from the Black Baccara rose, a captivating flower that has always been a favourite of the mother of the couple who commissioned the car.







Designing this car involved advanced technology, with 150 iterations needed to achieve perfection. The exterior paintwork reveals two changing shades, evoking the petals of the Black Baccara rose. The first shade, True Love, embodies the romance the couple desired, whilst the darker shade, Mystery, draws inspiration from the enigmatic nature of the rose, changing colour depending on the viewing angle. Inside, no less than 1,603 pieces of black and red wood veneer delicately represent falling rose petals, providing a unique sensory experience for occupants. This car goes well beyond the simple notion of luxury; it is a true declaration of love for the timeless beauty of the Black Baccara rose.

Amethyst Droptail: Pure Gem

The second model in the Droptail limited series, the Amethyst Droptail, launched on 24 August 2023, is inspired by the amethyst, the birthstone of the client's son. The design is the embodiment of purity, clarity and resilience, themes explored in depth in this automotive work of art. The exterior is a mechanical jewel, with iridescent purple paintwork evoking the flowering of the globe amaranth. Inside, leather trim, in the colour, Sand Dunes, was custom developed to match the tones of the Calamander Light wood, also chosen by the client; and wooden panels, from the dashboard to the doors, create a warm and refined atmosphere, whilst amethysts adorn the interior and exterior of the car.



These two limited editions, La Rose Noire and the Amethyst Droptail, embody the pinnacle of Rolls-Royce's automotive craftsmanship. Each of these rolling works of art is a testament to Rolls-Royce's desire to push the boundaries of car customisation, using rare materials, artisanal techniques and meticulous attention to detail. The Droptail limited series thus offers an unrivalled motoring experience to clients looking for absolute luxury and tailor-made exclusivity. Whether it's La Rose Noire or the Amethyst Droptail, this limited series embodies excellence in design and craftsmanship, a celebration of individuality, passion and artistry, offering a glimpse into the future of luxury automotive craftsmanship.



BENTLEY BLOWER JNR

Une Icône de 1929 revisite l'avenir de la mobilité

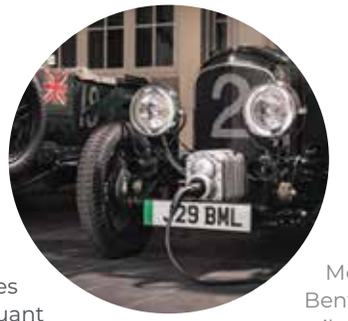
Par Cécilia Artus

La Monterey Car Week, a été l'occasion pour Bentley Motors et My Little Car Company de dévoiler une œuvre automobile qui allie le charme classique de Bentley à l'innovation électrique, avec le Blower Jnr. Cette réplique électrique à 85 % de la fameuse Bentley Supercharged de 1929, connue sous le nom de Team Car No. 2 de la collection patrimoniale de Bentley, incarne une fusion parfaite entre l'élégance intemporelle de Bentley et l'innovation électrique de My Little Car Company





Fruit de cette collaboration exceptionnelle, le Blower Jnr réinterprète fidèlement la Bentley Supercharged 4½ litres de 1929, une véritable icône de l'histoire de l'automobile. Développée à l'origine par le légendaire Sir Tim Birkin, cette voiture de course fut l'une des plus rapides de son époque, attirant des admirateurs célèbres tels que l'auteur Ian Fleming, qui choisit une Bentley 4½ litres superchargée comme véhicule emblématique de son héros James Bond. Chaque aspect a été méticuleusement conçu pour refléter fidèlement l'original. Pour ce faire, My Little Car Company, reconnue pour sa maîtrise dans la création de miniatures de voitures exceptionnelles a collaboré avec de prestigieux constructeurs automobiles pour apporter son expertise et ainsi donner vie à cette réinterprétation électrique. La carrosserie en fibre de carbone, recouverte de tissu imprégné, reproduit l'authenticité de l'originale. Le capot en aluminium est fixé avec de magnifiques sangles en cuir. À l'intérieur, les sièges en tandem pour deux adultes et le tableau de bord en aluminium tourné sont des répliques à l'échelle de l'original. Le port de charge, astucieusement dissimulé dans le boîtier du compresseur, est entouré de la grille de calandre Bentley authentique en nickel. Le tableau de bord intègre lui aussi des éléments du passé, avec la pompe de pression de carburant transformée en un sélecteur de mode de conduite. Animé par un moteur électrique de 15 kW, le Blower Jnr est alimenté par un système électrique de 48V, offrant une vitesse maximale de 45 mph (72 km/h au Royaume-Uni et dans l'UE, 40 km/h aux États-Unis en raison de la législation) et une autonomie prévue d'environ 65 miles.



Si ce tout nouveau modèle a fait sa première apparition mondiale lors de la Monterey Car Week, sa production ne devrait quant à elle débuter qu'au deuxième trimestre de 2024. Ses 99 premiers exemplaires seront des modèles de Première Édition, se distinguant par leur finition verte Blower assortie, des plaques de seuil, un tableau de bord et une plaque gravée "1 of 99". Les sièges et l'intérieur seront habillés du cuir Dark Green Lustrana, utilisé par Mulliner pour la série Blower Continuation. Le numéro de course d'époque ornera les côtés de la carrosserie, tandis que le volant sera élégamment enroulé de corde. Cette réinterprétation électrique d'une telle légende automobile marque une nouvelle ère pour les véhicules de collection à émissions zéro, fusionnant avec grâce le charme intemporel du design classique à la technologie propre de l'électrification. Par ce Blower Jnr, Bentley et My Little Car Company célèbrent ainsi, avec succès, l'alliance de l'artisanat automobile à la durabilité.

> **"PAR CE BLOWER JNR, BENTLEY ET MY LITTLE CAR COMPANY CÉLÈBRENT AINSI, AVEC SUCCÈS, L'ALLIANCE DE L'ARTISANAT AUTOMOBILE À LA DURABILITÉ"**

BENTLEY BLOWER JNR

1929 LEGEND: RACING TO THE FUTURE

Monterey Car Week was an opportunity for Bentley Motors and My Little Car Company to unveil an automotive work of wonder: the Blower Jnr. This 85%-electric replica of the famous 1929 Bentley Supercharged, known as Team Car N°2 of the Bentley Heritage Collection, embodies a perfect fusion of the timeless elegance of Bentley and the electric innovation of My Little Car Company.

The result of this exceptional collaboration, the Blower Jnr faithfully reinterprets the 1929 Bentley Supercharged 4.5-litre, a true icon of motoring history. Originally developed by the legendary Sir Tim Birkin, this racing car was one of the fastest of its era, attracting famous admirers such as author, Ian Fleming, who chose a Supercharged 4.5-litre Bentley as the emblematic vehicle for his, hero James Bond. Every aspect has been meticulously crafted to faithfully reflect the original. My Little Car Company, renowned for its mastery in the creation of exceptional car miniatures, collaborated with prestigious automobile manufacturers, contributing its expertise in order to bring this electric replica to life. The carbon fibre body, covered in impregnated fabric, reproduces the authenticity of the original. The aluminium bonnet is secured with beautiful leather straps. Inside, the tandem seats for two adults and the turned aluminium dashboard are scale replicas of the original. The charging port, cleverly hidden within the compressor, is surrounded by the authentic Bentley nickel grille.



The dashboard also incorporates elements from the past, with the fuel pressure pump transformed into a driving mode selector. Powered by a 15-kW electric motor, the Blower Jnr is driven by a 48V electrical system, offering a top speed of 45 mph (72 km/h in the UK and EU, 40 km/h in the US, due to different laws) and a range of approximately 65 miles. This brand new model may have made its first global appearance during Monterey Car Week but production is only due to begin in the second quarter of 2024. The first 99 examples will be first-edition models, distinguished by their matching Blower Green finish, sill plates, dashboard and plaque, engraved with "1 of 99". The seats and interior will be upholstered in Dark Green Lustrana leather, used by Mulliner for the Blower Continuation series. A vintage race number will adorn the sides of the bodywork, whilst the steering wheel will be elegantly clad in rope. This electric reinterpretation of such an automotive legend marks a new era for zero-emission collectible vehicles, gracefully merging the timeless charm of classic design with the clean technology of electrification. With the Blower Jnr, Bentley and My Little Car Company are successfully celebrating the alliance of automotive craftsmanship with sustainability.





© Tag Heuer - MAX VERSTAPPEN

Par Vincent Daveau

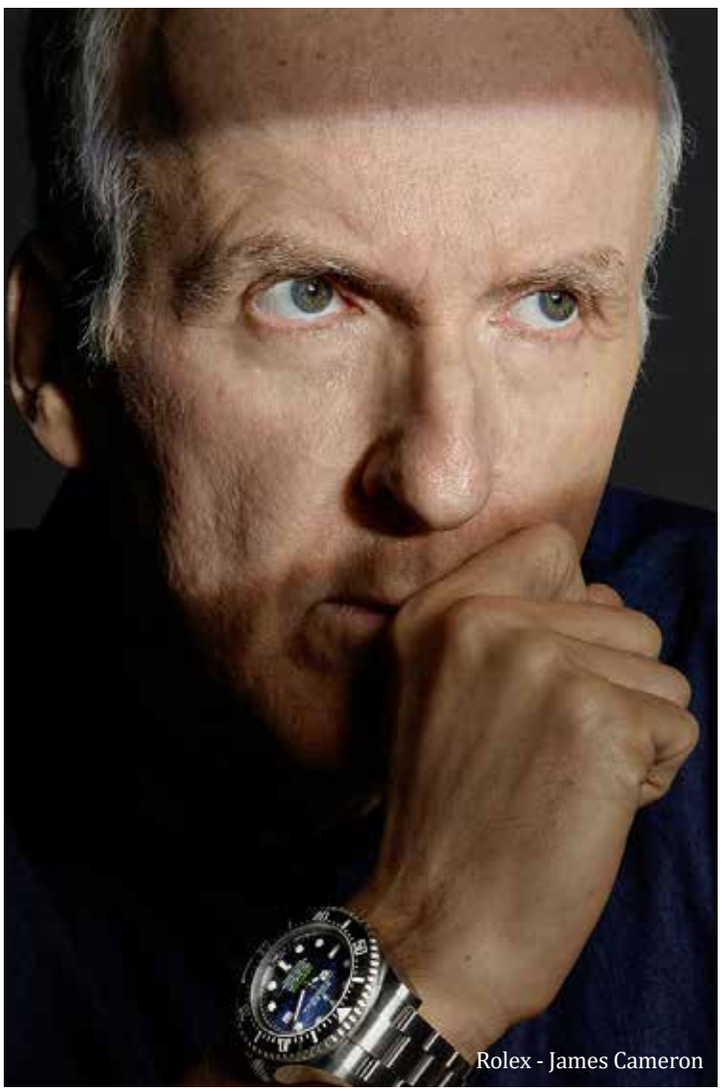
A L'HEURE
des ambassadeurs

En horlogerie, la seule qualité de l'objet devrait suffire à le faire vendre. Seulement, il n'en est pas toujours ainsi et il faut parfois créer un environnement propice pour offrir à ce bijou les moyens de valoriser son propriétaire grâce à son image ou sa renommée.

Il y a deux décennies à peu près, les marques horlogères n'avaient pas besoin de faire appel à des ambassadeurs pour mettre en avant leurs produits et inciter les consommateurs à s'y intéresser. A l'époque, les modèles qui fonctionnaient étaient portés par leur propre légende. Les amateurs affectionnaient les montres militaires comme les **Hanhart** ou les **Breguet** Type 20 parce qu'elles avaient accompagné des héros anonymes durant les guerres du XXème siècle. Ensuite, les puristes se sont entichés de garde-temps signés **Panerai** ou **Rolex** que les plongeurs de l'armée ou professionnels utilisaient en opération. Dans le même esprit, des références comme les chronographes Speedmaster Professional Moonwatch d'**Omega** ou l'Oyster Perpetual Cosmograph Daytona de **Rolex** faisaient salle comble grâce à leur notoriété héritée des héros qui les avaient porté sur le terrain ou sur circuit. On pense bien entendu à Paul Newman pour **Rolex** et aux astronautes des missions Mercury et Apollo pour **Omega**.

Le mythe du héros

S'il est possible de se passer d'ambassadeurs pour ces modèles qui se suffisent à eux-mêmes, eu égard à leur histoire, les pièces apparues plus tardivement dans les collections se sont révélées manquer de cette faculté de réveiller l'imaginaire des prospects toujours en quête d'un instrument capable de magnifier leur image. En France, la Monaco de **TAG Heuer** a fonctionné sans assistance parce que l'aura de Steve Mc Queen dans le film Le Mans réalisé en 1972 porte encore ses fruits aujourd'hui. Toutefois, cette pièce au dessin puissant n'a pas eu la même audience à l'étranger car elle ne réveillait pas chez les utilisateurs potentiels, les mêmes pulsions. C'est ce qu'à compris **Omega** lorsqu'en 1998, la marque a confié à James Bond, le plus célèbre des agents secrets, une montre Seamaster. Sa présence au poignet des acteurs dans ces films d'anthologie devait contribuer à asseoir sa renommée. Elle n'en détrôna pas pour autant la **Rolex** Oyster Perpetual Submariner que Sean Connery avait porté dans les premiers opus, mais faisait du héros son ambassadeur officiel. Le tour était joué, mais ouvrait une nouvelle porte en matière de communication : celle du mimétisme comportemental.


Rolex - James Cameron



Penelope Cruz - Chanel J12

Le temps en action

Si tous les adultes ont un jour rêvé d'être un agent secret faisant tomber les filles tout comme les méchants, légions ont été ceux à se rêver Alain Prost, Ayrton Senna ou Sébastien Loeb. Les uns ont été ambassadeurs de **TAG Heuer**, les autres sont les amis de **Richard Mille** qui entretient sa présence au sommet de la pyramide des prix et des techniques en offrant de porter des montres dont l'aura leur ressemble. Tout le monde ne peut pas en dire autant, mais tous aujourd'hui y travaillent. Les grandes manufactures comme **Cartier** avec Ellie Fanning pour la colletion Grain de Café qui, solaire conjugue la glamour de la French Riviera des années 1950 et la beauté lumineuse de Grace Kelly, **Chopard** avec Julia Roberts et Jacky Ickx, **Breitling** avec ses Squads, **Longines** avec ses ambassadrices du bout du monde dont la top model et actrice Chi Ling Lin, ont compris depuis des années que la valeur d'un produit horloger ou son design ne peuvent suffire. Aussi, plus le temps passe et plus elles articulent leur communication autour d'égéries des quatre coins du monde, mais souvent d'Asie ou des Etats-Unis. Et toutes ces figures appelées à devenir des modèles comportementaux sont issues, soit du monde du sport, soit de celui des arts et des spectacles et parfois même de la mode ou des médias transversaux.

Refonder les paradigmes

La plupart des marques communiquent par secteurs de passion. Ainsi, **Rolex**, **Richard Mille** ou **Audemars Piguet** occupent le segment des sports souvent pratiqués par des magnats. On pense au golf, au tennis, à la voile de tradition ou à l'équitation de haute volée. Mais certaines comme **Audemars Piguet, Hublot** ou **Richard Mille** ne négligent pas d'élargir leur communication aux sportifs et à leurs confrères pratiquant des sports plus populaires comme le Basket, le Football et le Rugby.

Ainsi, on l'oublie, mais ces sports pratiqués à l'échelle mondiale offrent à plus de 200 000 professionnels de gagner des salaires annuels en euros comprenant au moins six zéros après l'unité. On l'aura compris, l'ambassadeur est un modèle à imiter, un porte-drapeau de produits.

L'Asie à la rescousse

Alors c'est vrai, les patrons de marques reconnaissent que les quadras et les quinquas Européens sont assez peu sensibles aux ambassadeurs et ambassadrices choisis par les maisons. Cette génération s'identifie peu à un modèle qu'on lui impose. Maintenant, la chose est moins vraie pour génération montante et encore moins pour les habitants des pays asiatiques. Cela explique l'explosion du nombre d'amis des marques issus de ces pays aux antipodes des nôtres. Depuis longtemps, **le Swatch Group** a parfaitement saisi l'importance de séduire ces consommateurs. Il est aujourd'hui rejoint par les marques de luxe et de mode de tous les groupes concurrents. Par ailleurs, l'Asie pèse aujourd'hui très lourd dans la balance économique des marques et il serait fou de ne pas se soucier des désirs d'une clientèle qui représente parfois près de la moitié de leur chiffre d'affaires annuel.

Un univers à deux vitesses

Au demeurant, à force d'une augmentation de la présence de ces égéries dans tous les secteurs horlogers, se pose la question du futur de ces icônes incarnant des valeurs auxquelles les marques partenaires sont sensibles. Aujourd'hui, certaines entités comme **Carl F. Bucherer** ou **Ulysse Nardin** en ont peu et d'autres parfois des dizaines. Chez **Richard Mille**, par exemple, la liste est pratiquement interminable au point de se demander si tous les acheteurs de ses montres ne sont pas, de facto, des ambassadeurs de la marque.



Hublot - Kylian Mbappé Big Bang
FIFA World Cup Qatar 2022™


Rafael Nadal - Richard Mille

Dans les faits, ils le sont, mais tous ne le savent pas , il y a ceux qui ont payé pour célébrer leur réussite et ceux que l'on paye pour le faire savoir. Ce n'est pas le cas de toutes les marques, mais les contrats ne sont jamais gratuits et parfois même, certains ambassadeurs changent d'entité au gré de leur progression ou de leur réussite. Ainsi, Novak Djokovic, chez **Seiko** depuis 2014 est passé chez **Hublot** en 2021. Mais il fallait une montre au top de la pyramide du luxe pour un joueur de tennis tout autant au top. Le coup est bien joué et finalement logique. Mais dans ce cas, il n'est pas le seul. D'autres ont des parcours encore plus compliqués, au point de se demander si ce type de partenariat a encore un sens... Mais ceci est une autre histoire...

TIMELY
AMBASSADORS

In watchmaking, the quality of the object alone should be enough to sell it. However, this is not always the case and it is sometimes necessary to offer a fine watch the right environment and means to enhance its owner, thanks to the brand's image and reputation.

About two decades ago, watch brands did not need to use ambassadors to promote their products and encourage consumers to take an interest in them. At the time, the models that sold well were carried by their own legend. Watch fans were fond of military timepieces like the **Hanhart** or the **Breguet** Type 20, because they had accompanied the unsung heroes of the First and Second World Wars. Then, purists became infatuated with timepieces from **Panerai** or **Rolex** used by professional divers and army personnel in operations. In the same spirit, references like the Speedmaster Professional Moonwatch chronographs by **Omega** or **Rolex's** Oyster Perpetual Cosmograph Daytona sold out thanks to their notoriety inherited from the heroes who had worn them on the field or on the circuit - we think, of course, of Paul Newman for **Rolex** and the astronauts of the Mercury and **Apollo** missions for **Omega.**

Heroes and Legends

If it is possible to do without ambassadors for some self-sufficient models, given their history, later watches turned out to lack this ability to awaken the imagination of potential buyers, always on the look-out for an instrument capable of magnifying their image. In France, the **TAG Heuer** Monaco operated without assistance because the aura of Steve McQueen in the 1972 film Le Mans still shines strong today.



© Cartier - Vanessa Kirby



Serena Williams - Audemars Piguet

However, this piece with its powerful design did not have the same audience abroad, as it failed to awaken the same impulses in that market. Omega understood this in 1998 when they entrusted James Bond, the most famous secret agent, with a **Seamaster** watch. Its presence on the wrists of actors in these anthology films was to help establish its reputation. However, it did not dethrone the **Rolex** Oyster Perpetual Submariner that Sean Connery had worn in the first opuses but made the hero its official ambassador. It was quite a coup and opened a new door in terms of communication: that of behavioural mimicry.

Time for Action

We have all perhaps fantasised of being a secret agent, breaking hearts and bringing down the bad guys, just as many have dreamt of being Alain Prost, Ayrton Senna or Sébastien Loeb. Some have been ambassadors for **TAG Heuer,** others are friends of **Richard Mille** whose presence at the top of the price and technical pyramid is maintained by offering the super-rich and stars watches with an aura to match theirs. Currently, not all brands can say the same but they are all working on it: major manufacturers like Cartier with Elle Fanning for the Grain de Café collection and solar creations which combine the glamour of the French Riviera of the 1950s and luminous beauty of Grace Kelly; **Chopard** with Julia Roberts and Jacky Ickx; **Breitling** with its Squads; and **Longines** with its ambassadors from around the world, including top model and actress Chi Ling-Lin – these brands have understood for years that the value of a watch product or its design may not be enough. Also, the more time passes, the more they base their advertising around muses from the four corners of the world, often from Asia or the United States. All these figures called upon to become behavioural models come either from the world of sport, arts and entertainment and sometimes from fashion or across different media.

Rebuilding Paradigms

Most brands communicate by passion sectors, with **Rolex**, **Richard Mille** and **Audemars Piguet** occupying the segment of high-end sports, often practised by business tycoons, such as golf, tennis, traditional sailing or high-level horse riding; but some, like **Audemars Piguet, Hublot** or **Richard Mille**, also take care to extend their communication to athletes and their colleagues in more popular sports such as basketball, football and rugby, where salaries can be stratospheric.



Chopard - Julia Roberts ©Greg Williams

It is often overlooked but these global sports offer more than 200,000 professionals the opportunity to earn annual salaries in euros of at least six figures. Clearly, the ambassador is a model to imitate, a standard bearer of products whose presence on his or her arm says a lot about their standard of living, should the usual tools, such as a boat, plane or car, not be available.

Asia to the Rescue

The truth is that brands do realise that Europeans in their forties and fifties are not very sensitive to brand ambassadors. This generation will rarely identify with a model imposed upon them, which is less true for the up-and-coming generation and even less so for residents of Asian countries. This explains the explosion in the number of friends of brands from these countries poles apart from us. For a long time, the **Swatch Group** has perfectly understood the importance of attracting these consumers and it is now joined by luxury and fashion brands from all competing groups - but who would deprive themselves of attracting the attention of this versatile clientèle, easy to seduce hook, line and sinker? Their spending on luxury products is just as significant as the impact of the awareness of the members of these social groups. Furthermore, Asia now weighs very heavily in the economic balance of brands and it would be insane not to care about the desires of a clientèle which often represents almost half their annual turnover.

Two-Speed Universe

Moreover, with an increase in the presence of these muses in all watchmaking sectors, the question arises as to the future of these icons who embody the values to which partner brands are sensitive. Currently some, like **Carl F Bucherer** or **Ulysse Nardin**, only have a few and others sometimes dozens of brand ambassadors. At **Richard Mille**, for example, the list is practically endless to the point of making one wonder if all buyers of its watches are somehow ambassadors of the brand. The fact is that they are but not always knowingly: amongst these middlemen and women, there are those who have paid to celebrate their success and those who are paid to make it known. This is not the case for all brands but contracts are never free and, sometimes, certain ambassadors even change sides depending on their career or success: Novak Djokovic, with **Seiko** since 2014, moved to **Hublot** in 2021 - a watch was needed at the top of the luxury pyramid for a tennis player who was equally at the top. The move was well played and ultimately logical and is not an isolated case. Others have even more complicated paths, so much so that one wonders if this type of partnership still makes sense - but that's another story...



Rolex - Roger Federer



Omega - Daniel Craig - James Bond, No Time to Die



TASAKI ATELIER HAUTE JOAILLERIE
COLLIER ET MONOBOUCLE D'OREILLE
OCEAN LIGHT
En or blanc 18K, perles Akoya, diamants, perles des mers du Sud noires, zircons bleus, tourmalines jaunes

Par Emilie Thevenin

TRÈS CHICS
perles

En matière d'élégance intemporelle, la perle n'a pas son pareil. Durant longtemps, les créations perlées ont été synonymes d'une certaine connotation guindée. Mais depuis quelques années, les Grandes Maisons Joaillières se sont emparées de ce petit miracle de la nature pour en habiller leurs plus belles créations. Et cette année, la perle laisse de côté ses origines bourgeoises et s'affirme comme la tendance 2024 incontournable en joaillerie. Voici quelques-unes des créations coups de cœur de la rédaction.

PEARLY QUEENS

In terms of timeless chic, the pearl is unrivalled but, for a long time, designs with pearls had a rather prim reputation. However, for a few years now, the big high jewellery houses have appropriated this little miracle of nature, using it to decorate their most beautiful creations. This year, the pearl has left its Sloaney roots behind to become the must-have jewellery accessory for 2024. Let's take a look of some of the Trends editorial team's favourite designs.



BULGARI
COLLIER SERPENTI HAUTE JOAILLERIE
En or blanc serti de 77 perles, d'une émeraude et de diamants taille brillant (44.81 carats).

BUCCELLATI
COLLIER RETE CON PERLE
En or jaune et en or blanc gravés, avec perles.



CARTIER
BOUCLES D'OREILLES GÉOMÉTRIE ET CONTRASTE
En platine, perles de culture, onyx, boules diamants bruns, diamants taille brillant.



© Cartier



CHANEL
BOUCLES D'OREILLES HAUTE JOAILLERIE TWEED PERLÉ
En or blanc, diamants et perles de culture.





WEMPE
CHAÎNE OPULENCE
En perles de culture de Tahiti/Akoya.

DINH VAN
COLLIER DE PERLES MENOTTES
En or blanc, diamants et perles de Tahiti



DIOR
BAGUE HAUTE JOAILLERIE LES JARDINS DE LA COUTURE
En or blanc, diamants, saphir jaune et perle blanche.

POIRAY
BOUCLES D'OREILLES PERLES PRÉCIEUSES
En or jaune, perles d'eau douce et rhodolites.





BÄUMER
COLLIER HAUTE JOAILLERIE BATTEMENT DE CŒUR CHAMADE
En or blanc diamants et perles.



JEM
SOLITAIRE ETREINTES
En or jaune fairmined et perle bleue.

PIAGET
BAGUE ROSE
En or rose serti d'un diamant taille brillant et d'une perle Akoya blanche.





TIFFANY & CO
COLLIER À MAILLONS TIFFANY HARDWEAR
En or jaune 18 carats et perles d'eau douce.





GIVENCHY
COLLIER STITCH
En perles et cristaux.

BOUCHERON
COLLIER HAUTE JOAILLERIE
WLADIMIR LE CHAT
Une double rangée de perles de culture avec un pendentif en or blanc, diamants, tanzanites, saphirs. Le pendentif est détachable en broche.



CHAUMET
BAGUE JOSÉPHINE AIGRETTE PERLE
En or blanc, perles de culture Akoya et diamants taille brillant.

Par Cécilia Artus

THIS IS IT,
Catamaran Futuriste

Le Monaco Yacht Show a accueilli cette année la première mondiale du spectaculaire THIS IS IT, un catamaran futuriste de 43,5 mètres, bijou de l'ingénierie nautique, que les visiteurs ont eu l'opportunité de découvrir.



THIS IS IT est le nouveau catamaran de luxe personnalisé conçu et construit par The Italian Sea Group, un chantier naval de superyachts renommé, basé dans les ports de Marina di Carrara, Viareggio et La Spezia en Italie. Cette prouesse technologique a fait ses débuts mondiaux au Monaco Yacht Show 2023 avant de s'offrir aux plaisanciers pour des charters en Méditerranée à partir de 2024, avec pour port d'attache la Grèce.

Sous le nom de code "Projet 599", THIS IS IT est un navire unique en son genre, à la fois radical et innovant. Son design extérieur spectaculaire a été conçu par Tecnomar, tandis que les intérieurs ultra-luxueux ont été imaginés par Mattia Piro et Gian Marco Campanino de The Italian Sea Group. Ce super yacht est le fruit de l'imagination de son propriétaire, Tasos Papanastasiou. Entrepreneur chypriote autodidacte, il est mondialement connu pour être le fondateur de XM, l'une des plus grandes platesformes de trading forex au monde, avec 190 000 clients et plus de 2,5 milliards de transactions à ce jour. "Contrairement à la plupart des yachts, THIS IS IT n'est pas né comme une simple étude de concept, mais comme un projet concret. Son design audacieux a dû être réalisable, même s'il était révolutionnaire en termes de contenu et de style," explique Tasos Papanastasiou.

L'esthétique de THIS IS IT s'inspire du monde de l'automobile et repose sur des règles d'aérodynamisme, des lignes fluides et organiques, ainsi que des formes flexibles et dynamiques. Gian Marco Campanino ajoute : "Naturellement, ce qui s'applique aux lignes extérieures s'applique également au style intérieur. Des termes tels que 'lisse', 'enveloppant' et 'curviligne' sont parfaits pour décrire l'intérieur du yacht, avec une touche de luxe du à l'utilisation de matériaux sophistiqués et précieux." Équipé d'une coque en aluminium, THIS IS IT offre une vitesse maximale de 19 nœuds et une vitesse de croisière de 17 nœuds.



Quant à l'intérieur du super yacht, il se caractérise par un mélange habile de matériaux contrastés, comprenant des finitions lisses telles que des cuirs de haute qualité, des tissus en daim Alcantara et des surfaces métalliques. Des métaux tels que le bronze, le platine et l'or viennent contraster avec la palette de couleurs neutres douces. Sa disposition intelligente a été conçue pour maximiser le temps passé à bord, avec des intérieurs baignés de lumière grâce à une multitude de fenêtres et des puits de lumière judicieusement placés. De grandes portes du sol au plafond peuvent être entièrement ouvertes pour brouiller les frontières entre l'intérieur du yacht et l'aire de repos extérieure, comprenant une piscine et une zone de bain de soleil. Le yacht dispose de six cabines ultra-luxueuses pouvant accueillir 12 invités, dont une spacieuse cabine du propriétaire avec un balcon privé et une cabine VIP. Les quartiers de l'équipage ont été conçus pour accueillir 12 membres d'équipage, garantissant un service exceptionnel aux invités à bord.

À partir d'avril 2024, THIS IS IT sera disponible en location. En tant que plus grand catamaran à moteur de charter au monde, il promet une expérience inoubliable à bord de l'un des yachts les plus radicaux et futuristes du marché.

> **"LE YACHT DISPOSE DE SIX CABINES ULTRA-LUXUEUSES POUVANT ACCUEILLIR 12 INVITÉS, DONT UNE SPACIEUSE CABINE DU PROPRIÉTAIRE AVEC UN BALCON PRIVÉ ET UNE CABINE VIP."**

THIS IS IT:

FUTURISTIC CATAMARAN

This year's Monaco Yacht Show hosted the world premiere of the spectacular THIS IS IT, a futuristic 43.5-metre catamaran, a jewel of nautical engineering, which visitors had the opportunity to discover.

The THIS IS IT is the new custom 43.5-metre luxury catamaran designed and built by The Italian Sea Group, a renowned superyacht shipyard, based in the ports of Marina di Carrara, Viareggio and La Spezia in Italy. This technological feat made its world debut at the Monaco Yacht Show 2023 before being offered for charter in the Mediterranean from 2024, with Greece as its home port. Codenamed Project 599, the THIS IS IT is a one-of-a-kind vessel that is both radical and innovative. Her spectacular exterior design was designed by Tecnomar, whilst the ultra-luxurious interiors are by Mattia Piro and Gian Marco Campanino of The Italian Sea Group. This superyacht is the fruit of the imagination of its owner, Tasos Papanastasiou. A self-taught Cypriot entrepreneur, he is globally known as the founder of XM, one of the largest forex trading platforms in the world, with 190,000 clients and over 2.5 billion transactions to date. "Unlike most yachts, the THIS IS IT was not born as a simple concept study but as a concrete project. "The bold design had to be feasible, even if it was revolutionary in terms of content and style," explains Tasos Papanastasiou. The aesthetic of the THIS IS IT is inspired by the world of automobiles and is based on the laws aerodynamics, fluid and organic lines, as well as flexible, dynamic shapes.







Gian Marco Campanino adds: “Naturally, what applies to the exterior lines also applies to the interior styling. Terms such as ‘smooth’, ‘enveloping’ and ‘curvilinear’ are perfect for describing the interior of the yacht, with a touch of pure luxury, thanks to the use of sophisticated and precious materials.” Equipped with an aluminium hull, the THIS IS IT has a maximum speed of 19 knots and a cruising speed of 17 knots. As for the interior of the superyacht, this is characterised by a skilful mix of contrasting materials, including smooth finishes such as high-quality leathers, Alcantara suede fabrics and metallic surfaces. Metals such as bronze, platinum and gold contrast with the soft, neutral colour palette. The intelligent layout has been designed to maximise time spent on board, with interiors bathed in light, thanks to a multitude of windows and cleverly placed skylights. Large floor-to-ceiling doors can be fully opened to blur the lines between the yacht’s interior and the exterior seating areas, including a swimming pool and sunbathing area. The yacht has six ultra-luxurious cabins accommodating 12 guests, including a spacious owner’s cabin with a private balcony and a VIP cabin. The crew quarters have been designed to accommodate 12 crew members, ensuring exceptional service to guests on board. From April 2024, the THIS IS IT will be available for charter. As the world’s largest charter power catamaran, she promises an unforgettable experience aboard one of the most radical and futuristic yachts on the market and, based in Greece, ideal for exploring the Mediterranean’s most exquisite destinations...

> **“THE YACHT HAS SIX ULTRA-LUXURIOUS CABINS ACCOMMODATING 12 GUESTS, INCLUDING A SPACIOUS OWNER’S CABIN WITH A PRIVATE BALCONY AND A VIP CABIN.”**



Par Emilie Thevenin

NECKER ISLAND

le paradis sur Terre

Je pense que si l'on arrête au hasard des passants dans la rue, et qu'on les questionne sur leur représentation du paradis sur Terre, beaucoup des réponses obtenues pourraient amplement se retrouver dans la description de Necker Island.





Cette dernière est la propriété de Richard Branson, le fondateur et directeur du groupe Virgin. Outre un sens des affaires prouvé et un gout prononcé pour l'innovation, ce dernier est également passionné par la nature et les endroits inexplorés. C'est cette ferveur qui le pousse à acquérir, il y a quelques années, une petite île de 74 hectares, au cœur de l'archipel des Iles Vierges Britanniques. L'île tient son nom du capitaine Johannes de Neckere de la colonie néerlandaise du Cap. Dans un premier temps celle-ci reste privée et d'accueille la famille Branson pour les vacances ou pour des évènements comme son mariage. Mais, Richard Bronson a pu acquérir Necker Island uniquement à la condition de la mettre en valeur en y installant dans les cinq ans un complexe touristique.

> **NECKER ISLAND EST MA MAISON ET MON REFUGE PRÉFÉRÉ. JE VOUS INVITE À EXPLORER CETTE ÎLE PARADISIAQUE PAR VOUS-MÊME ET À VOUS INSPIRER DE SA BEAUTÉ**

« Necker Island est ma maison et mon refuge préféré. Je vous invite à explorer cette île paradisiaque par vous-même et à vous inspirer de sa beauté » dévoile Richard Branson sur le site internet dédié à sa propriété. Il lui fallut près de trois ans avant que cette dernière ne puisse accueillir ses hôtes. Mais celle-ci a dû être entièrement reconstruite après le passage du dévastateur ouragan Irma. Ainsi depuis 2021, jusqu'à 48 chanceux Robinson Crusoé peuvent y poser leurs valises pour un séjour inoubliable au cœur des Caraïbes. Atteignable après une balade en bateau d'environ une demi-heure, le décor est digne des plus belles cartes postales : des eaux turquoise bordées de récifs de corail spectaculaires, des plages de sable blanc bordées de palmiers, une nature verdoyante et totalement préservée, un calme incomparable... Il est possible de la réserver en exclusivité mais également à certaines périodes de l'année, de la découvrir en réservant simplement une des chambres. L'île dispose en effet de plusieurs hébergements à l'architecture d'inspiration balinaise. The Great House perchée sur le point culminant de l'île qui offre une vue spectaculaire sur les Caraïbes, l'Atlantique et les îles voisines. Elle abrite entre autres une chambre originale avec des lit superposés pouvant accueillir jusqu'à six enfants ainsi qu'une salle à manger commune où une cuisine de haute volée est proposée. Mais il est tout à fait possible de choisir le lieu ou l'on souhaite dîner, sur la plage, sur le toit terrasse, dans sa chambre, ou où l'envie vous en dit... Et en cas d'une envie soudaine de sushis, la piscine de la plage offre un étonnant bar flottant dédié. Ensuite il y a les dix superbes Bali Houses divisées sur quatre complexes (Leha Lo, Temple House, Bali Hi et Bali Lo). L'île offre également aux afficionados de bien-être le Samudra Spa proposant notamment la gamme de soins de Sodashi, marque référence mondiale de soins de la peau naturels de luxe, fabriqués à la main en Australie.





La durabilité est également un point important de l'île. Ainsi trois éoliennes géantes sont installées sur cette dernière, ainsi que près de 1230 panneaux solaires, lui permettant souvent d'atteindre l'autosuffisance énergétique. Un réservoir d'eau a également été construit permettant de collecter jusqu'à 300 000 gallons d'eau, de les réutiliser notamment pour l'irrigation. L'approvisionnement alimentaire se veut également durable et les uniformes du personnel sont fabriqués à partir de plastique recyclé. La conservation de la faune et la flore est également au cœur des préoccupations de Necker Island. Ici une équipe dédiée prend soin des espèces sauvages comme les tortues géantes, les flamants roses ou encore les lémuriens de Madagascar. L'île est même devenue le terrain de reproduction naturel pour certains des animaux les plus rares du monde.

Bon le paradis a tout de même un certain coût : 134 500 dollars par nuit pour l'exclusivité et à partir de 3 850 dollars pour une nuit en chambre double.

POUR EN SAVOIR PLUS :







NECKER ISLAND:
HEAVEN ON EARTH

I think that if we randomly question passers-by in the street and ask them about their idea of heaven on earth, many of the answers could easily describe Necker Island.

The island is owned by Richard Branson, founder and director of the Virgin Group. In addition to proven business acumen and a pronounced taste for innovation, he is also passionate about nature and unexplored places. It is this fervour that pushed him to acquire, several years ago, a small island of 74 hectares, in the heart of the British Virgin Islands archipelago. The island takes its name from Captain Johannes de Necker of the Dutch Cape Colony. Initially, it remained private and hosted the Branson family for holidays or events such as his wedding; but Richard Branson was able to acquire Necker Island only on the condition of developing it into a tourist complex within five years. “Necker Island is my home and favourite hideaway. I invite you to explore this idyllic island paradise for yourself and to be inspired by its beauty,” reveals Richard Branson on the property’s website. It took almost three years before guests could be welcomed and everything had to be completely rebuilt after the devastating Hurricane Irma. So since 2021, up to 48 lucky Robinson Crusoes can set down their suitcases for an unforgettable stay in the heart of the Caribbean. Reached by a 30-minute boat ride, the scenery is worthy of the most beautiful picture postcard: turquoise waters bordered by spectacular coral reefs; white sands fringed with palm trees; green and completely preserved nature; and an incomparable calm... It is possible to reserve it exclusively but also at certain times of the year to discover it by simply reserving one of the rooms. The island has several accommodations with Balinese-inspired architecture. The Great House is perched on the highest point of the island and offers spectacular views of the Caribbean, the Atlantic and neighbouring islands. It houses, amongst other things, an original bedroom with bunk beds that can accommodate up to six children, as well as a common dining room where high-end cuisine is offered; but it is entirely possible to choose where you want to dine - on the beach, on the roof terrace, in your room, or wherever you feel like; and, in case of a sudden desire for sushi, the the beach pool offers an amazing dedicated swim-up bar. Then there are the 10 superb Bali Houses divided over four complexes (Leha Lo, Temple House, Bali Hi and Bali Lo). The island also offers wellness enthusiasts the Samudra Spa, with a range of treatments by Sodashi, the world’s leading brand of luxury natural skin care, handcrafted in Australia.

> **NECKER ISLAND IS MY HOME AND FAVOURITE HIDEAWAY. I INVITE YOU TO EXPLORE THIS IDYLLIC ISLAND PARADISE FOR YOURSELF AND TO BE INSPIRED BY ITS BEAUTY**

Sustainability is also an important point for Necker Island. Three giant wind turbines have been installed, as well as nearly 1,230 solar panels, often allowing it to achieve energy self-sufficiency. A water reservoir was also built, making it possible to collect up to 300,000 gallons of water and reuse it, particularly for irrigation. The food supply is also intended to be sustainable and staff uniforms are made from recycled plastic. The conservation of fauna and flora is also at the heart of Necker Island's concerns. Here a dedicated team takes care of wild species such as giant tortoises, pink flamingos and even Madagascan lemurs. The island has even become the natural breeding ground for some of the world's rarest animals.

As we well know, paradise comes at a price: $134,500 per night for exclusivity and from $3,850 for a night in a double room.









CARTIER CARRÉ PANTHÈRE ESTAMPE
L'emblématique panthère de la Maison est l'invitée spectaculaire des toutes dernières collections de foulards, d'écharpes et de bandeaux Cartier. Carré en twill de soie Panthère Estampe coloris rouge & beige. Dimensions : 90 x 90 cm. PPC : 450 €

N'OUBLIE PAS
mon petit soulier...

© Cartier

Par Emilie Thevenin

Les fêtes de fin d'année qui approchent sonnent le grand top départ de la course contre la montre annuelle aux cadeaux. Les acheteurs compulsifs, les retardataires, les organisés, les passionnés, tous restent guidés par la même idée : faire plaisir à leurs proches en leur trouvant LE cadeau idéal ! Afin de vous faciliter un peu la tâche, voici quelques idées pour petits et grands, aussi séduisantes les unes que les autres...



CALENDRIER DE L'AVENT PIERRE MARCOLINI

Pour les fêtes, le célèbre chocolatier nous invite à un tendre retour en enfance avec un calendrier de l'avent qui cache dans 24 boites colorées autant de spécialités variées comme des cœurs, des truffes de Noël, des petits bonheurs, des animaux, ou des pralinés croustillants. PPC : 54 €

GRANADO COFFRET QUATOR DE BOUGIES

Dans un joli coffret illustré d'oiseaux tropicaux vintage, la marque a réuni quatre bougies 80g des fragrances Boemia, Elixir, Infusao Botânica et Jardim Real pour habiller notre intérieur d'autant d'ambiances surprenantes. PPC : 90 €



BOITE DE DEUX JEUX DE CARTES DIOR MAISON X PIERRE YOVANOVITCH

Une boîte en chêne contenant deux jeux de cartes, dessinés par l'artiste romain Pietro Ruffo. Dimensions : 17 x 13 x 10 cm Fabriquée en France. PPC : 1 390 €





CALENDRIER DE L'AVENT DURANCE

Comme chaque année, Durance invite avec son calendrier de l'avent à patienter jusqu'à Noël en découvrant chaque jour une nouvelle senteur grâce à ses 24 petites bougies chauffe plats à allumer.
PPC : 41,95 €

OMEGA SEAMASTER DIVER 300M PARIS 2024

Cet été, Omega sera le Chronométreur Officiel des Jeux Olympiques de Paris 2024. A cette occasion, la marque dévoile une version de sa Seamaster Diver 300M habillée d'or, la couleur de la victoire. PPC : 9 100 €

CHAUMET BAGUE BEE MY LOVE

Une version en or rose poli miroir, serti de diamants taille brillant qui captent et diffusent la lumière d'une manière unique. PPC : 12 020 €

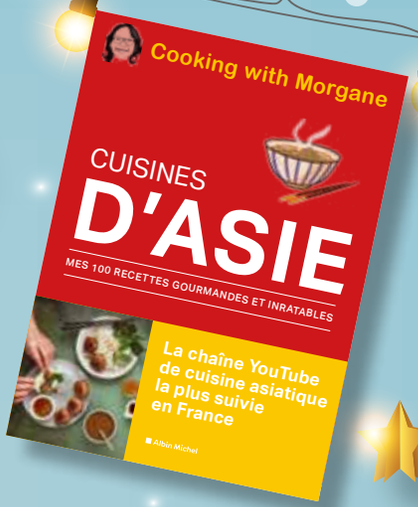
NAILMATIC COFFRET FABRIQUE DE BOMBES DE BAIN

La marque a pensé aux plus jeunes avec cet original coffret DIY qui invite les enfants à fabriquer par eux même jusqu'à six bombes de bain aux formes diverses et variées. A partir de 7 ans. PPC : 30 €

CALENDRIER DE L'AVENT LENÔTRE

Un calendrier de l'avent gourmand pour petits et grands qui cache derrière ses 24 cases illustrées par l'artiste Michaël Cailloux, des chocolats au lait ou noirs fourrés au praliné, des noisettes ou amandes enrobée de chocolat, des nougats parfumés aux épices de Noël, etc. PPC : 39 €





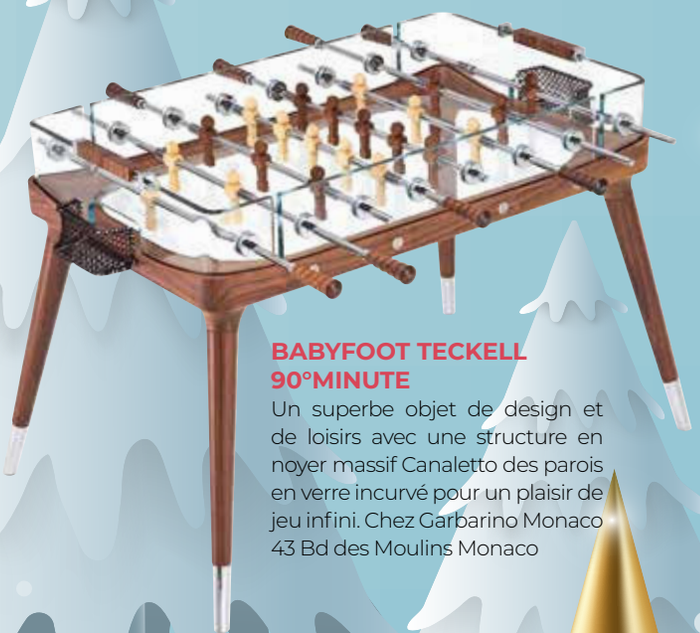


NICOLAÏ COFFRET FÉÉRIE AU MANOIR

Dans un joli coffret, la marque a regroupé trois diffuseurs bambous parfumés de 100 ml aux senteurs de saison : Fairy Tree, Christmas Pudding et Candy Heart. PPC : 59 €

LIVRE « CUISINES D'ASIE » COOKING WITH MORGANE

Voici le cadeau idéal pour tous les amoureux de la cuisine asiatiques et de ses parfums et senteurs. On n'y retrouve pas moins d'une centaine de recettes partagées par Morgane Ramirez via sa sa chaîne Youtube « Cooking with Morgane ». Il ne vous restera plus qu'à vous lancer... PPC : 29,90 €



COFFRET LA MAISON DE LA NATURE JEUJURA X DEYROLLE

Offrez-vous un merveilleux retour en enfance, avec ce coffret jeu de construction en bois naturel et teinté, d'une maisonnette, de sa forêt environnante et de son potager. Elle est accompagnée d'un livret pédagogique imaginé par Deyrolle. Régressif à souhait ! PPC : 59,90 €



BABYFOOT TECKELL 90°MINUTE

Un superbe objet de design et de loisirs avec une structure en noyer massif Canaletto des parois en verre incurvé pour un plaisir de jeu infini. Chez Garbarino Monaco 43 Bd des Moulins Monaco





MAISON M GÉNÉPI NOIR X THE AVANT GARDISTS

La plateforme digitale de spiritueux d'avant-garde The Avantgardist, propose en collaboration avec la distillerie artisanale Maison M, un original Génépi Noir élaboré à partir de la fleur éponyme, particulièrement rare et recherchée. PPC : 130 € sur en exclusivité sur www.theavantgardists.com



ROBOT PÂTISSIER KITCHENAID ARTISAN

Cette version revisitée du robot pâtissier multifonction Artisan à bol relevable offre une capacité de 5,6L. Il est doté de 11 vitesses distinctes dont une vitesse de démarrage progressive et présente une nouvelle vitesse d'incorporation lente pour plus de contrôle et de précision. PPC : 899 € sur ubaldi.com

SNOWBOARD PRADA LINEA ROSSA

Cette planche légère et polyvalente est adaptée à toutes les conditions ; elle a été conçue pour les snowboardeurs à la recherche de modernité et de nouveauté, experts ou débutants. PPC : 2 700 €



FRITZ HANSEN ROCKING HORSE

Pour les fêtes, la marque réédite à partir d'une archive d'un ancien prototype de la maison, un joli cheval à bascule design pour enfants. Existe en deux finitions. PPC : 820 €



HUBLOT BIG BANG TOURBILLON SR_A BY SAMUEL ROSS

Illustrant une nouvelle fois sa fameuse baseline 'Art of Fusion', Hublot dévoile le fruit de sa collaboration avec l'artiste Samuel Ross qui aura demandé trois années de travail d'ingénierie et nous livre un garde-temps unique, du boîtier à la couronne, en passant par le cadran, le bracelet et la lunette. PPC : 132 000 €



CALENDRIER DE L'AVENT LA MAISON DU CHOCOLAT

Pour les fêtes, la Maison du Chocolat a imaginé un très beau calendrier de l'avent qui prend la forme d'un superbe flocon de neige qui abrite 24 petit cubes où se nichent autant de surprises chocolatées délicates et variées. Une merveilleuse manière d'attendre Noël... PPC : 58 €



LIVRE « O MERVEILLEUX DE L'ENFANCE » COLLECTIF DE MATHIAS MALZIEU

Notre cher Mathieu Malzieu alias M à qui l'on doit les superbes 'La Mécanique du Cœur' et 'Journal d'un vampire en pyjama', a réuni ici quelques-uns de ses artistes et auteurs préférés afin qu'ils lui livrent leur vision de l'émouvante période que représente l'enfance... PPC : 21,90 €



CANAPÉ 3 PLACES COLLECTION DETROIT BIZZOTTO

Un joli canapé 3 places en tissu beige effet bouclé avec une structure en bois de frêne qui s'accorde parfaitement avec tous les styles d'intérieur. Existe avec fauteuil et pouf assortis. PPC : 1 999 € sur ubaldi.com


© Laziz Hamani

Par Emilie Thevenin

LE DOMAINE DE LA ROSE

Lancôme

Depuis de nombreuses années, Lancôme a fait de la préservation de la nature et de sa biodiversité, une de ses priorités. Cette dernière porte notamment un soin tout particulier au caractère durable et responsable de la culture des matières premières qu'elle emploie dans ses formules. Et ce, aussi bien chez ses partenaires à travers le monde que dans les terres cultivées en France par la marque.

Afin de contribuer à la préservation et à la protection de son savoir-faire traditionnel de parfumeur, la marque a acquis en 2020, Le Domaine de la Rose, une propriété horticole exceptionnelle de quatre hectares au cœur du Pays de Grasse, capitale mondiale du parfum. Elle y cultive en agriculture biologique sur un terrain certifié Ecocert, une dizaine de variétés de fleurs telles que la mythique rose Centifolia, ou encore des plantes caractéristiques du terroir grassois comme le jasmin, l'iris, la lavande, le bigaradier, la tubéreuse, ou encore l'Osmanthus. La certification Ecocert délivrée par L'Union Européenne illustre l'engagement de Lancôme pour une culture qui respecte la protection du climat et de l'environnement, la conservation de la fertilité des sols, la préservation de la biodiversité, le respect des cycles naturels et du bien-être des animaux, et ce sans utilisation de produits chimiques, de synthèse ou d'OGM. Ainsi, les restanques ont été réaménagées afin de régénérer et préserver la biodiversité. On dénombre aujourd'hui sur le Domaine, plus de 250 espèces faune et flore confondues. Visant une autosuffisance en eau, le système d'irrigation a été également rénové pour que la collecte, le filtrage et le traitement des eaux soit entièrement effectué sur place. De même, Lancôme a pour objectif à terme, de réussir à exploiter l'ensemble des parties de la rose afin d'atteindre le zéro déchet.

Cet été, Lancôme a ouvert les portes de La Maison Rose, une superbe bâtisse entièrement rénovée, nichée au cœur du Domaine. Pour la réhabilitation de la bâtisse, la marque s'est appuyée sur le savoir-faire des talentueux Lucie Niney et Thibault Marca, de l'Agence NeM Architectes, qui ont notamment travaillé sur la transformation de la Bourse de Commerce en musée d'art contemporain ou encore sur la création du siège de l'association WWF France. Ce choix n'est pas anodin, connaissant l'investissement de ces derniers en matière de transition écologique. En effet, la Maison Rose se veut l'emblème des engagements de la marque en matière de préservation environnementale. Ainsi, la structure et l'emprise du bâtiment d'origine ont été conservés afin de minimiser l'impact du projet, alors que les annexes superflues ont été supprimées afin d'augmenter la surface non construite et ainsi favoriser la biodiversité. Un soin tout particulier a également été porté à la construction de ce bâtiment bioclimatique passif, en favorisant les matériaux innovants et les savoir-faire locaux et artisanaux. Par exemple, l'isolation des murs a été réalisée avec de la paille de lavande cultivée sur le domaine et celle du toit avec de la paille de riz de Camargue. De même, La Maison Rose n'est pas équipée de climatisation classique, lui préférant une pompe à chaleur géothermique ainsi qu'un puit provençal.



© Lancôme


© Laziz Hamani


© Lancôme

Elle a été imaginée comme un lieu de partage et de découverte, une plongée dans le patrimoine historique et le savoir-faire que cultive la marque depuis presque neuf décennies… Le site est accessible aux étudiants en école de parfumerie, aux professionnels du secteur et même au grand public, chaque deuxième mercredi du mois, uniquement sur réservation. L'entrée dans la bâtisse se fait par une ouverture originale, entièrement arrondie comme un clin d'œil à l'iconique Ô de Lancôme. A l'intérieur, les visiteurs pourront y découvrir, un superbe orgue à parfum créé par les Ateliers Gohard connus pour leur savoir-faire unique des métiers d'art comme la dorure ou encore la peinture décorative. Celui-ci permet d'en apprendre un peu plus sur l'univers fascinant des matières premières utilisées en parfumerie et notamment celles cultivées sur le domaine. Les hôtes pourront ensuite découvrir dans la distillerie pédagogique construite sous terre, l'ensemble des procédés d'extraction et de distillation de différentes variétés de la fleur emblématique de Lancôme, la Rose. Une fabuleuse plongée au cœur du savoir-faire et des valeurs chères à la marque.

DOMAINE DE LA ROSE
74 CHEMIN DE SAINT-JEAN
à Grasse

DOMAINE DE LA ROSE
ROSE LANCÔME

For many years, Lancôme has made the preservation of nature and biodiversity one of its priorities. The company pays particular attention to the sustainable and responsible nature of the cultivation of the raw materials it uses in its formulae, both by its partners around the world and on the land cultivated in France by the brand.

In order to contribute to the preservation and protection of its traditional perfumer know-how, the brand acquired, in 2020, the Domaine de la Rose, an exceptional, four-hectare horticultural property in the heart of the Grasse back country, the world capital of perfumes. Here, with organic farming on Ecocert-certified land, Lancôme cultivates some 10 varieties of flowers, such as the legendary Centifolia rose, as well as plants characteristic of the Grasse region like jasmine, iris, lavender, bitter orange, tuberose and sweet osmanthus. The Ecocert certification delivered by the European Union illustrates Lancôme's commitment to a culture that respects the protection of the climate and environment, the conservation of soil fertility, the preservation of biodiversity, respect for natural cycles and animal welfare without the use of chemicals, synthesis or GMOs. Thus, the terraces have been redeveloped in order to regenerate and preserve biodiversity. There are currently more than 250 species of fauna and flora on the estate. In a bid for water self-sufficiency, the irrigation system has also been renovated so that the collection, filtering and treatment of water is entirely carried out on site. Likewise, Lancôme's long-term objective is to succeed in exploiting all parts of the rose in order to achieve zero waste.

This summer, Lancôme opened the doors of the Maison Rose, a superb, completely-renovated building, nestled in the heart of the estate. For its rehabilitation, the brand relied on the expertise of the talented Lucie Niney and Thibault Marca from the NeM Architects Agency, who notably worked on the transformation of the stock exchange into a contemporary art museum and designed the headquarters of the WWF France Association – and this choice was no accident, taking into account the firm's record in terms of ecological transition. The structure and footprint of the original building were preserved, in order to minimise the project's impact, whilst superfluous annex buildings were removed to increase the unbuilt surface area and thus promote biodiversity. Particular care was also taken in the construction of this passive bioclimatic building, favouring innovative materials and local and craftsmanship. For example, the insulation of the walls was carried out with lavender straw grown on the estate and that of the roof with rice straw from the Camargue. Likewise, the Maison Rose is not equipped with traditional air conditioning, preferring a geothermal heat pump, as well as a Provençal well. The Maison Rose has been designed as a place of discovery, a dive into the historical heritage and expertise that the brand has cultivated for almost nine decades...The site is accessible to perfumery school students, industry professionals and even to the general public, every second Wednesday of the month, by reservation only. The entrance to the building is through an original, completely round opening, a nod to the iconic Ô of Lancôme.


© Bruno Vacherand Denand - Passage Citron

Inside, visitors can discover a superb perfume organ created by the Ateliers Gohard, known for their unique expertise in artistic crafts such as gilding and decorative painting. Visiting allows you to learn a little more about the fascinating world of raw materials used in perfumery, particularly those grown on the estate. Visitors can then discover, in the underground educational distillery, all of the extraction and distillation processes used for the different varieties of Lancôme's emblematic flower, the rose - a fabulous foray into the heart of the expertise and values so dear to Lancôme's heart.


© Laziz Hamani

Par Emilie Thevenin

SURPRISES en beauté

Comme chaque année, la période de fêtes approchant, les marques de cosmétique redoublent d'inventivité et d'originalité pour proposer de séduisants calendriers de l'avent et des coffrets en éditions limitées toujours plus attrayants. Alors si vous rencontrez une légère panne d'idées cadeaux, n'hésitez pas, ces quelques pages ont été réalisées tout spécialement pour vous.



CALENDRIER DE L'AVENT COMPAGNIE DE PROVENCE

La marque de soins naturels aux huiles végétales a imaginé un joli calendrier signé par l'illustratrice Amy Jones, afin de patienter jusqu'à Noel. Il abrite 24 de ses best-sellers d'une valeur de 130 euros, dont le nouveau nettoyant visage solide en format vente. PPC : 65 €



CALENDRIER DE L'AVENT BLISSIM

Le numéro 1 de la box beauté dévoile ce superbe écrin renfermant derrière ses fenêtres 24 produits premium inédits de marques emblématiques comme Nuxe, Merci Handy, Caudalie, La Roche Posay, Garancia, Polaar, ou encore Avène. PPC : 69 € sur blissim.fr



BIOTHERM COFFRET ROUTINE ANTI-ÂGE

Dans une belle trousse immaculée la marque réunit la Crème de Jour Blue Therapy 50ml, un Elixir Planton de vie™ 7ml, une Crème pour les yeux anti-rides et anticernes 5ml et une Crème de nuit anti-âge et fermeté Blue Therapy 15ml. PPC : 82 €



FRESH COFFRET SMOOTH & RADIANT TRIO

Dans un même coffret, la marque rassemble le rituel complet pour redonner de la fermeté et de l'éclat à votre peau avec l'essence Kombucha Essence en format voyage, la crème pour les yeux Black Tea Eye Cream en format classique et la crème pour le visage dans un format exclusif, d'une valeur de 152 €. PPC: 107 € exclusivement sur fresh.com

SANOFLORE COFFRET DES REINES

La marque de rituels certifiés bio a imaginé un coffret de routine complète de la gamme des Reines qui corrige les 10 signes de l'âge. Il regroupe l'incontournable Crème des Reines Légère 40ml, le Regard des reines 15ml, le Masque des Reines 75ml, Sérum des Reines 5ml ainsi qu'un Chouchou en velours recyclé. PPC : 67,40 €



CALENDRIER DE L'AVENT THE BODY SHOP

Voici sans nul doute l'un des plus beaux calendriers de l'avent. Avec son merveilleux écrin pop-up qui se transformera par la suite en boite à trésors ou autres, celui-ci cache en son cœur 25 merveilleux produits de la marque dont 80% en full size pour une valeur de 244 € ! PPC : 155 €







TALIKA COFFRET EYE PERFECTION

Dans son coffret de fêtes, la marque a glissé son soin Eye Quintessence, qui dans un double-flacon combine une crème jour et un sérum nuit pour lutter contre le vieillissement du regard. Il est accompagné d'un incontournable Eye Therapy Patch. PPC : 46,20 €



CALENDRIER DE L'AVENT KHIEL'S

Cette année, la marque dévoile un calendrier de l'avent joyeux et coloré signé par la maison d'édition et d'illustration Icinori qui permet de découvrir 24 soins apothicaires iconiques d'une valeur de 270 €. PPC : 99 €



BAÏJA COFFRET SO FRESH

Dans une jolie trousse ronde en velours la marque a réuni tout ce qu'il vous faut pour un moment de plaisir beauté intense avec un Masque Visage Menthe 50ml, un Fluide Concentré Visage 30ml, un Masque Lèvres, un Baume Lèvres Mojito 15ml et un bandeau. PPC : 59,90 €



ROC COFFRET UNIFIER + LIFTER

La marque met à l'honneur sa nouvelle routine de nuit Multi Correxion qui unifie le teint, réduit les cernes et lifte le visage, avec ce coffret qui réunit la Crème de Nuit et le Soin pour les yeux. PPC: 40,99 €



CALENDRIER DE L'AVENT FLEURANCE NATURE

La marque dévoile sa version naturelle et bio du traditionnel Calendrier de l'Avent et y cache 24 de ses produits incontournables de soins cosmétiques, infusions ou huiles essentielles, en format travel ou full size. PPC : 47,90 €



CALENDRIER DE L'AVENT GUINOT

Guinot bouscule un peu les codes et dévoile pour les fêtes un original calendrier de l'avent pop-up en clin d'œil à Paris qui abrite 24 surprises beauté : soins visage et corps (jusqu'à 30ml) et maquillage Masters Colors pour une valeur de plus de 285 €. PPC : 109 €



VICHY HOMME COFFRET MON RITUEL RASAGE

Les peaux sensibles des hommes ne sont pas oubliées avec ce coffret qui réunit une mousse à raser anti-irritations, un baume fortifiant après-rasage et un gel douche hydratant et énergisant. PPC : 22,80 €



CALENDRIER DE L'AVENT SOTHYS

Pour les fêtes, la marque a vu les choses en grand avec un beau calendrier de l'avent XXL qui cache derrière ses portes 24 produits iconiques de soins pour le visage et le corps dont 2 formats vente ! PPC : 95 €



PAYOT COFFRET ROSELIFT

La marque historique Payot a imaginé pour Noël de magnifiques coffrets illustrés dont celui de sa gamme anti-âge Roselift qui rassemble une Crème Liftante 50 ml, une Crème Liftante Regard 15 ml et un Gua Sha en quartz rose pour tonifier la peau. PPC : 84 €

BELLES SŒURS COFFRET GLOW REPULPANT

Pour les fêtes la marque créée par Violette Soriano et Flavie Soldan a réuni son Sérum Frais et sa Crème Légère aux formules saines, ultra efficaces afin de découvrir l'efficacité de ses produits. PPC : 87 € sur belles-sœurs.com



CALENDRIER DE L'AVENT CLARINS

Afin de faire découvrir ou redécouvrir ses différentes références, la marque les a rassemblés à l'occasion d'un superbe calendrier de l'avent qui parcourt l'ensemble de ses gammes iconiques pour le visage et le corps. PPC : 145 €





CALENDRIER DE L'AVENT L'OCCITANE L'ARBRE ENCHANTÉ

Comme chaque année, la marque a imaginé un beau calendrier de l'avent pop-up qui cache en son cœur 24 de ses références iconiques en formats généreux afin de nous faire patienter jusqu'aux fêtes. PPC : 64 €

Par Clara Aragoni

LES TENDANCES ACCESSOIRES

à ne pas louper



Louise Misha

Les accessoires de mode apportent à nos tenues ce petit supplément d'âme qui fait toute la différence. Les chapeaux, sacs à main, gants, collants, ceintures, souliers et autres merveilles ponctuent avec caractère les silhouettes. Voici quelques-unes des grandes tendances incontournables qui habilleront l'hiver...

ESSENTIAL ACCESSORIES

Fashion accessories bring to our outfits that little extra je ne sais quoi that can make all the difference. Hats, handbags, gloves, tights, belts shoes and other essential accessories can lend character to our silhouettes. Here, we take a look at some of the must-have trends to accessorise your winter.



Issey Miyake

Givenchy



Giorgio Armani



LE SAC PORTÉ SOUS LE BRAS

Cette saison, on laisse au placard nos besaces car c'est nichés sous notre bras que l'on transporte nos effets personnels. Du sac baguette au sac coussin XXL, toutes les formes trouvent leur place au creux de notre coude ou contre notre hanche.

Underarm Handbag

This season, leave your backpacks in the wardrobe, as this winter the way to bring your personal belongings with you is in an underarm bag. From a classic tote to an XXL padded version, all types of underarm bag will find their place nestled between your elbow and hip.

JAMAIS SANS MON CHAPEAU

Cet hiver le couvre-chef occupe le devant de la scène des tendances accessoires. Du bob à la casquette en passant par des modèles plus traditionnels comme le béret ou le bonnet, depuis quelques saisons, le chapeau se décline en effet à l'envi pour contrer les frimas de la saison.

Hat-Tricks

Headgear is in the spotlight this winter in terms of accessories, from bucket hats to bonnets, berets and caps and for several seasons now the hat comes in many different shapes and sizes to counter the chilly weather.

Elie Saab





Emporio Armani



Agnès B



Issey Miyake



Dior



Givenchy Femme

DES GANTS SINON RIEN

Des gants en hiver, jusqu'ici rien de nouveau sous le soleil. Sauf que cette saison, ils se conjuguent version élégance. Qu'ils soient courts ou encore qu'ils montent jusqu'au-dessous du coude, les gants se parent de cuir ou de satin pour un effet chic garanti.

Glorious Gloves

Wearing gloves in winter may be nothing new but this season, elegance is key. Whether they be short or long, choose leather or satin for that extra chic effect.

Acne Studios





Giorgio Armani



Givenchy

DES SOLAIRES MÊME EN HIVER

Cet hiver, les lunettes de soleil s'affichent par tous les temps. Devenues de véritables accessoires de mode, ces dernières se portent comme n'importe quel bijou tout en protégeant le regard des vilains rayons UV.

All-Weather Shades

This winter, sunglasses will be seen everywhere, whatever the weather. Now veritable fashion accessories in their own right, shades can be worn just as you would a piece of jewellery, all the while protecting your eyes from those nasty UV effects.

Givenchy



UN MICRO SAC

Cette saison, deux grandes tendances opposées sont de mise : le sac XXL vs le micro sac. Ainsi ce dernier confirme le retour de la tendance minimaliste en n'emportant avec nous que le strict nécessaire. Ils apportent la touche finale d'élégance à nos tenues.

The Micro Handbag

This season, there are two contradictory handbag trends to take into account – the XXL and the XXS. The micro handbag is a symptom of the return of the minimalist trend, where you only take the bare necessities with you, adding a final touch of elegance to your outfit.

Emporio Armani





Elie Saab

Nos coups de cœur de la saison...

THESE ARE THE TRENDS' SEASONAL PICKS FOR YOU.

SAC À MAIN BULGARI ROMA
En cuir de veau Striated argenté.
PPC : 3 650 €

VALENTINO PETIT SAC HOBO VLOGO MOON
En cuir avec chaine. PPC : 2 300 €





BOTTINES FENDI DELFINA
En cuir noir. PPC : 1 500 €

GIVENCHY BOTTINES SHARK LOCK COWBOY
En cuir vieilli. PPC : 2 095 €



SAC À BANDOULIÈRE AKRIS AI MOYEN
En patchwork de cuir trapézoïdal à zigzag. PPC : 1 850 €



SAC PANTHÈRE DE CARTIER
Petit sac chaîne en cuir grainé rouge, finitions dorées. PPC : 3 500 €



© Cartier


Benjamin BRUDNO, étudiant à l'EDJ et lauréat des Micros d'Or, en reportage à Morzine pour EDJ TV
CP - AGILI
L'école du journalisme
EDJ | Nice
former pour informer
MINISTÈRE DU TRAVAIL, DU PLEIN EMPLOI ET DE L'INSERTION
Certification enregistrée au RNCP
FRANCE compétences
CERTIFICATION
enregistrée au RNCP
École reconnue par l'État
MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR, DE LA RECHERCHE ET DE L'INNOVATION
Membre ERASMUS+
Certification Qualiopi
catégorie actions de formation
Qualiopi
processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
04 97 08 28 28
contact@ecoledujournalisme.com
www.ecoledujournalisme.com
69 rue de roquebillière - 06300 Nice, France



DE VILLE

Cet hiver, laissez votre imaginaire s'émerveiller sur une lune enneigée empreinte de la magie des Fêtes. Entre rêves et légendes, l'histoire fascinante d'OMEGA se chuchote tel un conte féérique. Comme le plus précieux des cadeaux, la De Ville Prestige émerveille autant qu'elle réjouit. Son boîtier en acier inoxydable de 41 mm et son cadran vert sapin rehaussé d'éclats d'or narrent avec élégance l'art de la sophistication au quotidien.

OMEGA