

INFRAROUGE

EN VENTE NULLE PART
www.infrarouge.fr

INTERVIEW
CAMILLE
RAZAT
ON N'EN
CROIT PAS
SES YEUX !

DOSSIER VOYAGE
GRANDS WEEK-ENDS
À MOINS DE 3 HEURES
DE PARIS

Spécial
parfums
et beauté



A 0 gCO₂/km

B

C

D

E

F

G

Pensez à covoiturer. #SeDéplacerMoinsPolluer

*Autonomie cycle mixte (WLTP) de l'EQS 450+. Valeurs WLTP EQA, EQB, EQS, EQE SUV et EQS SUV au 16/03/23 : Autonomies électriques : 387-725 km (cycle mixte WLTP) / 461-758 km (cycle urbain WLTP). Consommations électriques : 15,4-25,6 kWh/100 km (cycle mixte WLTP). Émissions de CO₂ : 0 g/km (cycle mixte WLTP). Depuis le 01/09/18, les véhicules légers neufs sont réceptionnés en Europe sur la base de la procédure d'essai harmonisée pour les véhicules légers (WLTP), procédure d'essai permettant de mesurer la consommation de carburant et les émissions de CO₂, plus réaliste que la procédure NEDC précédemment utilisée. Mercedes-Benz France - RCS Versailles 622 044 287.



MERCEDES-EQ

GAMME 100% ÉLECTRIQUE JUSQU'À 725 KM D'AUTONOMIE*

EQA, EQB, EQC, EQE, EQS, EQS SUV, EQV et bientôt EQE SUV,
la famille Mercedes-EQ 100 % électrique ne cesse de s'agrandir
pour vous accompagner vers un futur plus responsable.

Découvrez tous nos modèles Mercedes-EQ sur [mercedes-benz.fr](https://www.mercedes-benz.fr)



fast track Renault

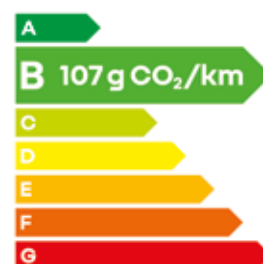
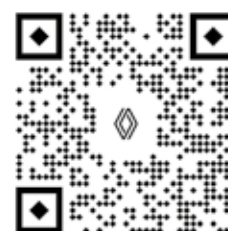
des modèles neufs encore plus équipés
disponibles sous 30 jours⁽¹⁾



RENAULT ARKANA E-TECH FULL HYBRID


jusqu'à 80% de conduite électrique en ville⁽²⁾
jusqu'à 40% d'économie de carburant⁽³⁾
l'électrique sans recharge⁽⁴⁾
jusqu'à 513 L de volume de coffre⁽⁵⁾
tableau de bord numérique de 10,2"⁽⁶⁾

profiter
de l'offre





(1) délai livraison à compter de date de commande, sauf en cas de : (i) force majeure, (ii) toute demande d'équipements, d'accessoires, d'adaptations ou d'options non présents sur le modèle, (iii) problème(s) technique(s) nécessitant blocage du véhicule par le constructeur, (iv) défaut d'acceptation de la date prévue de livraison lors du rendez-vous, voir conditions sur [renault.fr](https://www.renault.fr). (2) suivant état de charge batterie et style de conduite/source interne Renault 2022. (3) par rapport à un moteur thermique équivalent/selon protocole wltc urbain/source : utac-07/22. (4) moteur thermique en soutien du moteur électrique. (5) selon motorisation. (6) selon version, offre valable du 01/04/23 au 30/04/23. données wltc : consommations min/max (l/100km) : 4,8/5,9, émissions co₂ min/max (g/km) : 105/133. © p. johall

Renault recommande 

[renault.fr](https://www.renault.fr)

pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo #SeDéplacerMoinsPolluer



1895

BERLUTI

PARIS

POINT DE VUE



SAVANTS *voyages*

Par **Judith Spinoza**

Partir à l'aventure, partir tout court pour découvrir, changer.
Et devenir un homme complet.

Le « mal du voyage ». C'est un syndrome que nous manifestons tous, mais que personne n'incarne mieux que l'émérite explorateur, naturaliste et géographe allemand Alexander von Humboldt. Adulé en Europe, désigné comme le Christophe Colomb du XIX^e siècle, cet aristocrate berlinois né à la fin du siècle des Lumières fut frappé dès son plus jeune âge de *Fernweh* – intraduisible télescopage des notions de « mal » et de « lointain » – qui, en allemand, exprime l'irrépressible et douloureuse nécessité de dépaysement. Fidèle, avant même qu'elle ne soit formulée, à la maxime de Paul Morand, « *Ailleurs* est un mot plus beau que *demain* », Alexander von Humboldt remonte les fleuves en pirogue, ouvre un chemin dans les forêts vierges, escalade des volcans, parcourt les Amériques, l'Asie et la Sibérie. Abandonnant compas, longues-vues, baromètres et autres instruments de mesure, c'est à son retour de Russie, en décembre 1829, que le chercheur-bourlingueur, invité par l'université de Berlin, relate ses aventures. Il conte avec brio et simplicité la jungle, les peuples exotiques, les océans et le ciel ; il fait toucher du doigt les découvertes sur le climat, le magnétisme ou l'électricité. Six mois durant, Humboldt fait salle comble, attirant aussi bien les étudiants et les professeurs que les femmes, auxquelles l'entrée est pourtant généralement interdite, et même jusqu'au roi de Prusse. Dans ses bagages, le savant a rapporté des trouvailles, mais surtout la force du récit, mélange moderne de motifs scientifiques et d'expériences personnelles qui taraudera le XX^e siècle. Trente ans plus tard, Baudelaire rebaptise le *Fernweh* « invitation au voyage », celle-ci étant bientôt stimulée par l'ère des congés payés et désormais célébrée par le marketing. Distillé de façon subliminale au travers des objets-montres, valises, malles et autres sacs de cabine, le voyage reste pourtant une histoire sans fin, à cheval sur plusieurs mondes, offrant à tous un horizon commun : « *Il n'y a d'homme plus complet que celui qui a beaucoup voyagé, qui a changé vingt fois la forme de sa pensée et de sa vie.* » Énoncé par Lamartine, ce principe perdure... D'invitation baudelairienne au voyage, la Maison Louis Vuitton est ainsi passée à la poursuite freudienne du rêve, indiquant qu'un périple en contient plusieurs : la réalisation de souhaits ou de désirs inconscients grâce auxquels, précisément, on abandonne nos bagages.

OURS

Directeur de la publication : Nicolas Imbert
nimbert@infrarouge.fr

Principal associé : Hubert Chambon
hchambon@infrarouge.fr

RÉDACTION

Rédactrice en chef : Olivia de Bühren
olivia@infrarouge.fr

SECRÉTARIAT DE RÉDACTION

Fabrice Bourland

GRAPHISME / MAQUETTE

Direction artistique : Patrícia Jadrosic

ONT COLLABORÉ À CE NUMÉRO

Henri Bonchat, Fabrice Bourland, Olivia de Bühren,
Anne Debbasch, Rémy Dessarts, Sophie Giagnoni,
Frédérique Hermine, Catherine Jazdzewski,
Jade Mahdavi, Judith Spinoza,
Raphaël Turcat

Photographie de couverture :

Étienne Baret

Stylisme :

Manteau en shearling brodé, mini-robe brodée
en georgette de soie, écharpe crochet en lurex

Celine par Hedi Slimane

Pendentif Celine en laiton doré

Chain Shoulder bag triomphe

en tartan jaune et marron Celine

Hair : Alex Lagardère

Maquilleur : Sarah Attalah

Pour joindre le service Publicité :

Tél. : 06 22 99 78 27

hchambon@infrarouge.fr

Infrarouge

Sarl de presse au capital de 235 800 €

RCS Nanterre B 429 643 877

Gérant : Nicolas Imbert

Tirage national Infrarouge :

ISSN : 283-8969

Imprimé en Belgique en mars 2023

Ce magazine gratuit ne peut être vendu.
La reproduction même partielle des textes,
images et photographies publiés dans ce numéro
d'*Infrarouge* est interdite sans autorisation
expresse de l'éditeur.

COUPS DE *cœur*

Par **la Rédaction**

Voici une sélection de nouveautés qui nous ont tapé dans l'œil. On les partage avec vous.



CONCEPT STORE

Jimmy Fairly 3000 ouvre ses portes

C'est dans un espace design de 400 m² en plein cœur du Marais, rue de Bretagne, que le concept store Jimmy Fairly 3000 accueille enfin les clients. Le fondateur Antonin Chartier, passionné de design, s'est inspiré des images du célèbre film de science-fiction *2001, l'odyssée de l'espace* de Stanley Kubrick pour travailler avec ses équipes sur ce projet fou. C'est dans la navette spatiale Jimmy Fairly 3000 que la marque développera les lunettes du futur avec des innovations en termes de fabrication, notamment des montures en titane et acétate recyclés...

3, rue de Bretagne, 75003. jimmyfairly.com



© Ludovic Balay



© Ludovic Balay

L/UNIFORM s'agrandit

Un jour de vacances, devant le tas de bagages disparates qu'elle s'apprête à caser dans le coffre de sa voiture, Jeanne Signoles rêve de beaux sacs à la fois solides, légers et pratiques, à l'image des sacoches de travail, merveilles de fonctionnalité et de simplicité. La marque de maroquinerie L/UNIFORM est lancée ! Une nouvelle boutique parisienne vient d'ouvrir ses portes quai Voltaire. À bon entendeur !

1, quai Voltaire, 75007. [@luniforme](https://www.luniforme.com)

MAROQUINERIE

EXPOSITION

L'air de la campagne au BHV Marais

Loin de l'effervescence citadine, le BHV a proposé à plusieurs marques engagées de participer à l'exposition *Partie de campagne*, l'idée étant de pouvoir se déconnecter le temps d'une balade-shopping au centre de Paris. Bouygues Immobilier investit et végétalise le BHV Marais à travers deux installations dont les maîtres mots sont « bien-être », « partage » et « reconnexion ». En harmonie avec la nature, on conjugue ses envies avec des choix plus écoresponsables et respectueux du monde qui nous entoure. Alors ne manquez pas cette belle exposition et sélection shopping !

Partie de campagne, du 1^{er} avril au 25 juin. bhv.fr



SUR MESURE

J.M. Weston x Les Crayères

Quand deux Maisons iconiques se rencontrent, ça fait des étincelles. J.M. Weston s'associe avec le Domaine Les Crayères, le célèbre hôtel de luxe à Reims, qui devient le deuxième établissement au monde à proposer son service chaussures, après le Royal Mansour à Marrakech. Cuir lisse, vernis, daim, galuchat, crocodile, tout est paré pour un service sur mesure en moins de trois heures. Le pied !

jmweston.com et lescrayeres.com



© Romain Ricard

APPLICATION

Med By Me

Concept unique qui aide à s'épanouir dans la vie et se sentir mieux dans son travail, Med By Me regroupe sur une seule appli l'ensemble des thérapies de bien-être et de développement personnel comme l'hypnose, la sophrologie, la méditation... D'un seul clic, vous pouvez suivre un programme personnalisé ou vous mettre en contact avec un spécialiste. À vous de jouer !

[@medbyme](https://www.medbyme.com)



MONTBLANC
LEGEND
RED



LE PARFUM POUR HOMME

Aroma-Zone, LA BEAUTÉ NATURELLE SUR MESURE

Par **Olivia de Bühren**

Depuis 20 ans, l'enseigne s'est imposée comme l'une des références de la cosmétique naturelle faite maison. Une réussite réalisée en famille selon une démarche éthique. Rencontre avec Sabrina Herlory, PDG de la marque.



Sa référence en beauté
« La pionnière, **Helena Rubinstein**, pour sa vie romanesque et sa détermination. »

Son conseil à partager
« Du **citron**, partout et tout le temps : dans l'eau, sur la nourriture... »



Son produit miracle
« Le **sérum à 3,5 % d'acide hyaluronique** Aroma-Zone. Le plus dosé, le plus clean et le moins cher du marché. Il fait une peau juste exceptionnelle. »



Son adresse beauté
« Ma naturopathe, **Déborah Passuti**. Elle est honnête, passionnée, elle me fait beaucoup de bien. »



Les indispensables à glisser dans son sac
« Mes **gélules d'acide hyaluronique** en complément alimentaire Aroma-Zone pour repulper ma peau, booster son élasticité de l'intérieur. Je n'oublie jamais de les prendre, surtout quand je voyage. »

Sa définition d'Aroma-Zone
« C'est un modèle écoconçu, sans intermédiaire, qui permet d'accéder à la meilleure qualité, provenance, formulation, dosage d'ingrédients et d'actifs pour prendre soin de sa beauté. »

Son actu

Sabrina revitalise le site Internet de la marque. À côté de cela, elle ouvre des boutiques à l'étranger et lance une gamme de compléments alimentaires attendus depuis longtemps par toute la communauté.

aroma-zone.com



GUERLAIN

PARIS



AQUA ALLEGORIA

HARVEST

LES RÉCOLTES EXCLUSIVES JUSQU'À 95% D'ORIGINE NATURELLE*



AQUA
ALLEGORIA
HARVEST
NEROLIA VETIVER



GUERLAIN
PARIS

LE MONDE EST NOTRE JARDIN

* En collection Aqua Allegoria Harvest 90% à 95% d'ingrédients d'origine naturelle. Contient notamment du jasmin (ISO 16128, calculé en valeur %).

Des expos POUR S'EN PRENDRE PLEIN LES YEUX

Par **Fabrice Bourland**

Parce qu'une œuvre d'art n'existe qu'à partir du moment où elle est regardée, voici notre sélection des événements les plus affriolants.



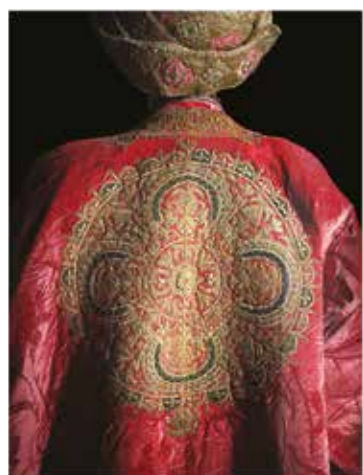
À NOTER DANS VOS AGENDAS

Ouverture du Paradox Museum

Ce printemps, Paris va voir la liste de ses sites culturels encore s'allonger avec l'ouverture sur les Grands Boulevards du Paradox Museum. Dans un espace de 1 700 m², ce lieu, qui se promet d'être le plus « renversant » de la capitale, proposera un parcours immersif composé de 90 expériences paradoxales – défis aux lois de la nature, bouleversements du sens commun et autres supercheries mentales –, le tout dans des décors à couper le souffle.

Paradox Museum, 38, boulevard des Italiens, 75009 Paris. Plein tarif : 27 €. Tarif enfant : 22 €.

PARADOX MUSEUM
© Paradox Museum



SUR LES ROUTES
DE SAMARCANDE
*Manteau et
accessoires
brodés d'or.*
© Laziz Hamani/
IMA.

*Parure pectorale,
Tachkent* © La
Fondation pour
le développement
de l'art et de
la culture de
la République
d'Ouzbékistan
© Laziz Hamani/
IMA.

MILLE ET UN SAVOIR-FAIRE

Merveilles de soie et d'or

Une collection d'œuvres uniques, dont certaines exposées pour la première fois hors des musées d'Ouzbékistan, soit plusieurs centaines de pièces, et autant de splendeurs confectionnées au tournant du XX^e siècle. Une plongée dans l'histoire et les savoir-faire ancestraux d'un pays creuset de civilisations millénaires.

Sur les routes de Samarcande, jusqu'au 4 juin 2023 à l'Institut du monde arabe (Paris). Plein tarif : 12 €.

HORS DES FRONTIÈRES

Le maître des maîtres

Plus de 450 ans après sa mort, les chefs-d'œuvre de Pieter Bruegel l'Ancien continuent de fasciner. Sa carrière artistique ayant été trop brève – il mourut à l'âge de 44 ans –, seulement une quarantaine de ses toiles sont parvenues jusqu'à nous, ce qui rend précieuse chaque rétrospective de ce maître de la Renaissance flamande. Cela tombe bien : le musée Albertina vous offre l'occasion d'admirer parmi les plus belles créations de cet artiste de génie.

Bruegel und seine Zeit, jusqu'au 24 mai 2023 à l'Albertina (Autriche). Plein tarif : 18,90 €.



BRUEGEL
UND SEINE
ZEIT
Bruegel,
*Kleiner
Turmbau
zu Babel*,
vers 1563
© Museum
Boijmans
Van
Beuningen

SARAH BERNHARDT :
ET LA FEMME CRÉA
LA STAR
Georges Clairin,
*Portrait de Sarah
Bernhardt*, 1876. Petit
Palais, Paris, France.
© Paris Musées/Petit
Palais

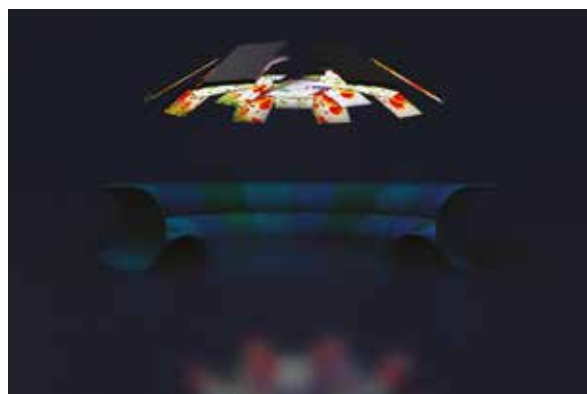


À NE PAS MANQUER

Sarah intime

À l'occasion du centenaire de la mort de Sarah Bernhardt (1844-1923), l'actrice et artiste emblématique fait l'objet d'un hommage exceptionnel au Petit Palais. Le parcours de cette exposition-événement retrace l'existence de celle pour qui Jean Cocteau forgea l'expression de « monstre sacré » et présente des aspects méconnus de sa carrière, à l'instar de ses activités de peintre, d'écrivain et de sculptrice.

Sarah Bernhardt : et la femme créa la star, du 14 avril au 27 août 2023 au Petit Palais. Plein tarif : 15 €



VIA SENSORIA, PARCOURS
IMMERSIF DE DÉGUSTATION
Clairière de printemps
© Gedeon Programmes
/ Atelier Sylvain Roca

Clairière d'été
© Gedeon Programmes
/ Atelier Sylvain Roca

IMMERSION

Le vin dans tous ses états

Accessible à tous, y compris aux familles, cette exposition permet de déguster des vins du monde ou des boissons sans alcool tandis qu'un animateur-sommelier vous accompagne dans une déambulation à travers des espaces oniriques associant créations visuelles, sonores et poétiques. Au rythme des quatre saisons, du lever du jour au coucher du soleil, le public prend conscience en accéléré de tous les cycles de la nature.

Via Sensoria, parcours immersif de dégustation, jusqu'au 5 novembre 2023 à la Cité du Vin (Bordeaux). Plein tarif : 22 €.

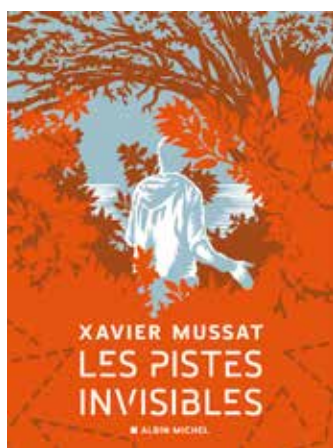
DES EXPOS, ENCORE ET ENCORE...

• **Zanele Muholi**, jusqu'au 21 mai 2023 à la Maison européenne de la photographie (10 €) • **David Hockney**, jusqu'au 28 mai 2023 au Musée Granet (11 €) • **Matisse. Cahiers d'art, le tournant des années 30**, jusqu'au 29 mai 2023 au musée de l'Orangerie (12,50 €) • **Picasso 1969-1972 : la fin du début**, jusqu'au 25 juin 2023 au musée Picasso (8 €).
• **Manet/Degas**, jusqu'au 23 juillet 2023 au musée d'Orsay (14 €) • **Basquiat x Warhol, à quatre mains**, jusqu'au 28 août 2023 à la Fondation Louis Vuitton (16 €) • **Ramsès et l'or des pharaons**, jusqu'au 6 septembre 2023 à la Grande Halle de la Villette (20 €).

Books EN STOCK

Par **Fabrice Bourland**

Parce que les livres ne servent pas qu'à caler les armoires, voici notre sélection de nouveautés pour frissonner, voyager, apprendre et faire le plein d'émotions.



L'APPEL DE LA FORÊT

Du jour au lendemain, sans préméditation, un homme délaisse sa vie et s'enfonce dans une forêt pour y disparaître totalement, laissant derrière lui le fracas de la civilisation. Il y restera 25 ans, vivant de ce que lui offre la nature et de menus larcins dans les villages des environs. Composé en tons directs, dans une bichromie en rouge-orangé et bleu-vert, cet incroyable roman graphique, inspiré d'une histoire vraie, exacerbe la sensibilité et l'imagination du lecteur. Une œuvre d'une absolue virtuosité.

Les Pistes invisibles de Xavier Mussat, Albin Michel, 29,90 €.

« Devenir invisible, ça n'est pas disparaître, c'est se mélanger au reste. C'est participer à l'illusion du silence. »

XAVIER MUSSAT



Voyage dans le futur

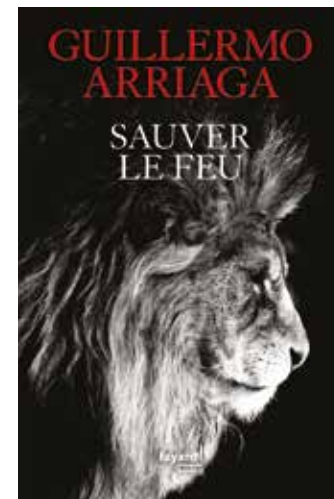
Dans une ville portuaire ravagée par une mystérieuse peste, une femme assiste au spectacle du monde qui s'écroule. La narratrice ne se contente pas de faire face à la maladie, à la mort et aux vents empoisonnés, elle veut comprendre les raisons de cet effondrement de tous les liens entre les hommes. Fernanda Trías nous livre un superbe roman préapocalyptique qui met en lumière l'immense fragilité de nos sociétés humaines.

Crasse rose de Fernanda Trías, Actes Sud, 23 €.

Mexico, Mexico

Roman choral où se devine l'influence de Herman Melville et Jack London, *Sauver le feu* mêle le récit incandescent d'une passion impossible au portrait d'un Mexique scindé en deux sociétés qui s'ignorent. Scénariste fétiche d'Alexandro González Iñárritu (*Amours chiennes, 21 grammes et Babel*), mais aussi producteur et réalisateur, Guillermo Arriaga, dont c'est ici le cinquième roman, fait désormais partie des auteurs qui comptent.

Sauver le feu de Guillermo Arriaga, Fayard, 26 €.



Voyage sans retour

Par suite du décès de sa fille, Esther tire un trait sur sa vie lyonnaise. Après 20 ans de bons et loyaux services dans la police, elle démissionne pour intégrer une entreprise de pompes funèbres située sur l'île de Thanatea, autrement dit « l'île aux morts », au beau milieu du lac Léman. Au fil de ses romans (*Dust, Boréal, L'Homme de la plaine du Nord...*), Sonja Delzongle s'est imposée comme l'une des voix les plus originales du polar noir à la française. Ambiance glauque et sournoise garantie !

Thanatea de Sonja Delzongle, éditions Fleuve Noir, 20,90 €.

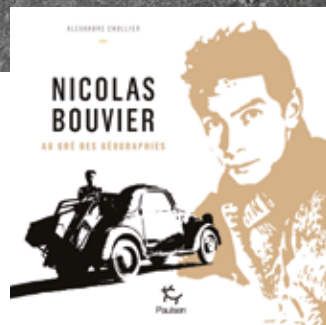


Nicolas Bouvier en 1955 au Kurdistan

L'AVENTURE, C'EST L'AVENTURE

Représentant le plus illustre de la caste des écrivains voyageurs, Nicolas Bouvier a restitué dans ses œuvres aussi bien le souffle de ses aventures que ses parts d'ombre, en particulier les angoisses de la solitude conjugée au sentiment du déracinement. Les géographies de Nicolas Bouvier ne se cantonnent pourtant ni à ses voyages ni à ses écrits : elles sont inscrites, comme chez tous les grands conteurs de son espèce, dans l'étoffe même de sa vie. Un portrait indispensable pour tous les amoureux de cet immense pionnier.

Nicolas Bouvier, au gré des géographies d'Alexandre Chollier, éditions Paulsen, 39,90 €.



Senteurs du Sud

Après Filikia en 2014, Chloé Monchalain et Benjamin Rousselet ont ouvert il y a quatre ans les portes de leur bistrot grec Grand Café d'Athènes dans la capitale parisienne. Forts de tous les plats imaginés dans leur adresse chic et tendance, les deux compères nous proposent ce superbe ouvrage qui balance entre cahier de recettes et carnet de voyage, avec en prime quelques belles adresses dans la capitale hellène.

Grand Café d'Athènes de Chloé Monchalain et Benjamin Rousselet, Hachette Cuisine, 35 €.

POUR ENCORE PLUS DE LECTURE

Le train sifflera trois fois

Si tout le monde connaît *Le Crime de l'Orient-Express* d'Agatha Christie, on oublie que ce train de luxe reliant Paris à Istanbul a souvent été honoré dans la littérature. À la fois lieu d'amours fugitives, scène de crimes mystérieux ou passage obligé pour la découverte de contrées exotiques, l'Orient-Express a marqué son époque. De Jean Giraudoux à Graham Greene, d'Apollinaire à Albert Londres, cette anthologie nous fait voyager dans l'Europe d'un autre temps. **L'Orient-Express raconté par les écrivains** de Blanche El Gammal, Libretto, 11,20 €.



Grands espaces

À la suite d'un deuil dont il peine à se remettre, Pascal pose ses bagages dans un petit motel de l'Arizona, non loin de Monument Valley. Au fil des jours, ses angoisses s'estompent et laissent la place à une douce sérénité liée à la magie des paysages, mais aussi à l'amitié de Mr Heartwood, le propriétaire du motel, de sa fille Lisa et de Mme Delcour, une drôle de Française qui vit ici depuis des années. Un premier roman tout en nuances et à l'écriture ciselée.

Monument Valley de Pascal Chapus, Arléa, 17 €.

L'Australie sous toutes les coutures

Dans une Australie en proie à des mégafeux qui poussent à l'exode des milliers de réfugiés climatiques et exacerbent les tensions préexistantes entre Blancs et Aborigènes, Jimmy Stonefire décide de participer au World Solar Challenge, une course folle à travers le pays-continent aux commandes de véhicules propulsés à l'énergie solaire. Les 3 000 kilomètres de ce périple hors norme vont être l'occasion de croiser des destins et des cultures qui le sont tout autant.

Le Vol du boomerang de Laurent Whale, Au Diable Vauvert, 23 €.

SE MUSCLER AVANT L'ÉTÉ GRÂCE AU **Lagree Fitness**

Par **Olivia de Buhren**



Le Lagree Fitness est une alternative saine au HIIT ou au CrossFit. Les mouvements des exercices sont lents et pratiqués avec une très grande amplitude. Nous l'avons testé pour vous.

Ca y est, le printemps a pointé le bout de son nez. Il est temps de mettre au placard nos kilos en trop et de tester la méthode Lagree Fitness, tout droit venue de Los Angeles. Pour cela, je me suis rendue à Snake & Twist, un nouveau studio de sport dans le IX^e arrondissement, fondée par la dynamique Marcia Segal. En résumé, le Lagree Fitness est un entraînement d'endurance musculaire de haute intensité et à faible impact, adaptable à tous les niveaux de condition physique. Ce jour-là, nous sommes dix personnes dans une salle, chacun devant sa machine de torture baptisée « Megaformer », développée par Sébastien Lagree, un Français qui a rencontré le succès aux États-Unis. Le cours se passe dans la pénombre avec de la musique entraînante. Au micro, un coach nous motive à tenir au maximum chaque exercice. C'est parti, nous enchaînons des positions de force, d'endurance et de cardio sur le Megaformer qui, par l'effet de résistance constante, sculpte le corps en toute sécurité. On travaille l'ensemble des groupes musculaires pour un entraînement « full body ». J'ai eu un vrai coup de chaud. Quelques heures après, j'ai d'affreuses courbatures... Signe que le cours a fait son effet ! J'ai souffert, mais j'y retournerai.

Lagree Fitness
53, rue Rodier, 75009 Paris
snakeandtwist.fr

SE PRÉPARER AU TEMPS QUI PASSE

TROIS QUESTIONS À MERYL DE CATUÉLAN, NATUROPATHE-FACIALISTE.

Qu'est-ce que le Kobido ?

Le Kobido est un massage japonais dont l'art se transmet de maître à disciple. Cette technique très ancienne fait partie intégrante des rituels de beauté au Japon. Mon massage mélange des gestes du Kobido et d'autres techniques adaptées en fonction de chaque visage et de ses besoins.

Quels sont ses effets sur la peau ?

Le visage est une petite zone qui se contracte facilement. Le massage permet d'activer la circulation du sang et de la lymphe pour que les cellules de la peau soient mieux nourries, oxygénées, régénérées et mieux détoxifiées. Le visage est reposé, la peau repulpée, lissée et plus éclatante. Le grain de peau est plus régulier, les pores se sont resserrés et les rides estompées.

Est-ce une forme de botox naturel ?

Je dirai plutôt que c'est le contraire du botox : le botox va figer le muscle alors que le but du massage est de ramener de la vie dans le visage en activant la microcirculation.

meryldecatelan.com



An advertisement for Givenchy Gentleman Society fragrance. The image features three models in a dark, industrial-style setting. On the left, a man with long dark hair wears a dark, open button-down shirt and dark pants with a silver buckle. In the center, a man with a large afro hairstyle wears a dark suit jacket. On the right, a man with short brown hair wears a dark zip-up hoodie. In the foreground, a black bottle of the fragrance is prominently displayed, featuring a silver 'GS' logo. The background consists of dark, geometric, metallic-looking structures.

**GENTLEMAN
SOCIETY**

GIVENCHY

CAMILLE RAZAT, *la Parisienne dans toute sa splendeur*

Par **Olivia de Bühren**

À 29 ans, elle est l'une des stars de la série Netflix à succès *Emily in Paris* où elle interprète le rôle de Camille, l'une des meilleures amies de l'héroïne. Nous avons très envie d'interroger la jeune actrice sur sa carrière, mais aussi sur ses secrets de beauté. Rencontre avec l'étoile montante du cinéma français.

Q

Quelle place la beauté occupe-t-elle dans votre quotidien ?

La peau est une partie de mon corps très importante pour moi. J'en prends extrêmement soin. Je me maquille peu, j'essaie de la faire respirer le plus possible en dehors des tournages. Les soins de beauté occupent une grande place dans ma routine quotidienne, mais, plus que tout, je porte une grande attention au skincare, c'est-à-dire au nettoyage et aux soins de la peau.

Votre beauté a-t-elle été un frein ou un accélérateur dans votre métier ?

Un peu des deux. Par moment, ça a été un avantage, comme pour *Emily in Paris*, et puis, pour d'autres rôles, j'ai eu de mauvais retours. Quelquefois, on m'a reproché de ne pas sembler suffisamment abîmée par la vie.

Votre physique vous a-t-il cantonnée à des rôles en particulier ?

Oui, j'ai eu beaucoup de rôles d'amoureuse, de « copine de... », des personnages de romantique, des fashionistas... *Emily*, c'est une bénédiction pour moi, autant du point de vue financier que celui de la reconnaissance internationale, mais, en contrepartie, je sais que de nombreux producteurs ou directeurs de casting français se disent : « *Camille Razat, c'est la fille d'Emily in Paris, on ne peut pas la prendre, elle est trop étiquetée.* »

De quel rôle rêvez-vous au cinéma ?

J'aimerais beaucoup interpréter une grande dame de l'Histoire, comme l'a fait Rebecca Marder en incarnant Simone Veil. Jouer des femmes fortes, ça me plairait au plus haut point.

Quel est le plus beau compliment que l'on vous ait fait ?

On m'a dit que j'avais la capacité de modifier facilement mon visage. C'est une énorme chance et j'adorerais pouvoir l'expérimenter au cinéma avec un rôle de transformation.

Votre définition de la beauté ?

C'est surtout une histoire de confiance en soi. Être raccord avec ce qu'on est, ce qu'on représente. Être singulier et l'assumer. C'est ça la beauté pour moi.

Qu'est-ce que vous aimez et n'aimez pas dans votre physique ?

Ça dépend. Il y a des jours où je m'aime et d'autres jours où je ne m'aime pas. Petite, j'étais complexée par mon poids.

Avez-vous mis beaucoup de vous-même dans votre personnage d'Emily in Paris ?

On va dire que, dans Camille, il y a 10 % de moi. Tout le côté « *j'essaie de faire découvrir Paris à des étrangers* », oui. En revanche, son côté manipulatrice, cela ne me correspond pas du tout.

Quel est le look type de la Parisienne selon vous ?

Un look assez simple. Il n'y a pas de style à proprement parler mais c'est vrai qu'elle se maquille sûrement moins. Et je dirai qu'elle privilégie plutôt le confort au sexy.

Quelles sont vos icônes de beauté au cinéma ?

Gena Rowlands, Romy Schneider, Kate Moss, Julianne Moore.

Avez-vous un soin qui ne quitte pas votre sac ?

L'Homéoplasmine, dont je me sers pour mes lèvres, mon tatouage, tous les petits bobos de la vie.

Votre réflexe beauté que l'on devrait vous chiper ?

Je fais du Gua Sha le matin, une méthode de soin utilisée en médecine traditionnelle chinoise qui stimule la circulation, améliore l'apparence de la peau et donne de l'éclat au teint. D'autre part, je dors peu et pas très bien, mon système lymphatique n'est pas au top : pour résoudre ce problème, je me masse tous les matins pendant cinq minutes avec de l'huile Augustinus Bader.

Et votre mauvais réflexe qu'il ne faudrait surtout pas copier ?

Je fume trop.

Un secret de beauté à partager avec nous ?

Cible Skin, une sorte de « maison de la peau » située rue François I^{er}, dans le VIII^e arrondissement parisien. J'y suis complètement addict. Sinon, mon secret consiste à ne pas me maquiller. Laisser respirer ma peau.

Est-ce que le fait de vieillir vous angoisse ?

Non, plus du tout. Il y a quelques années, je craignais qu'en vieillissant je ne puisse plus exercer mon métier, mais, quand je vois toutes les actrices qui continuent à trouver de grands rôles même à des âges mûrs, ça me rassure.

Vos projets ?

Je suis en train de tourner dans un premier film intitulé *Prodigieuses* de Valentin et Frédéric Potier, avec Mélanie Robert, Franck Dubosc et Isabelle Carré. Il s'agit d'un drame familial inspiré de l'histoire vraie des sœurs Pleyne, des jumelles pianistes et compositrices. Et puis, le tournage d'*Emily in Paris* redémarrera bientôt. Cette saison 4 est très attendue. J'espère que les gens y seront aussi sensibles qu'autres saisons.



© Étienne Baret

Mara Lafontan,
UNE SORCIÈRE BIEN-AIMÉE

Par **Olivia de Buhren**

Mannequin reconnu, Mara s'est toujours passionnée pour l'ésotérisme. Avec sa marque *Fontana*, elle a décidé de se lancer dans la création de bijoux. Rencontre.

P

Petite, vous pensiez être une sorcière. Pourquoi ?

Ma mère m'a transmis la connexion aux astres, à la nature et aux fêtes païennes. Ça a toujours été prédominant dans mon enfance. Elle m'achetait des livres sur les fées, sur les dragons, j'allais récolter des herbes avec elle, des pierres, des plumes, des éléments qui me servaient ensuite pour mes « rituels ». Je pensais que c'était un jeu et puis, en grandissant, j'ai réalisé que c'était un véritable système éducatif

qui m'a fait développer ma sensibilité ésotérique depuis mon plus jeune âge. J'ai toujours été convaincue de pouvoir parler à la lune, au vent, aux animaux. Il n'a jamais été question de surnaturel, c'était juste évident.

Vivez-vous au quotidien cette passion pour l'ésotérisme ?

Plus qu'une passion, c'est un train de vie. Rester en connexion avec ce qui m'entoure me permet de gagner de la confiance en moi. Cela amplifie mon existence. Je pense que nous ne savons pas tout du monde invisible qui nous environne. La spiritualité m'aide chaque jour dans mes décisions, dans mon approche de l'existence et des autres. Elle me contient et me révèle.

De quoi avez-vous peur ?

J'aurais aimé dire la mort, mais elle a déjà fait irruption : j'ai perdu la personne la plus chère à mes yeux il y a cinq ans. Depuis, même ma propre mort ne m'effraie plus. Ce n'est plus vraiment la fin qui me terrorise, mais le fait de ne vivre qu'à moitié. De regretter de ne pas avoir prononcé certains mots, de ne pas avoir osé, de me réveiller un matin et de me dire que j'aurais dû vivre toutes les vies dont je rêvais, ça m'angoisse. Alors j'essaie de faire le maximum.

Avez-vous déjà participé à des séances spirituelles particulières ?

Oui, beaucoup, et de manière très variée : danses extatiques, trips psychédélics, bains sonores, rituels de pleine lune... Mais ce que je préfère, ça reste les séances de chant en groupe. Allongés confortablement sous les étoiles et guidés par un chamane, les participants laissent leur voix se mêler à celles des autres. Il n'y a pas de paroles, seulement des sons primaires qui, ensemble, forment une magnifique chanson. La sensation de connexion est incroyable, et cela libère de beaucoup de tensions.

Pourquoi avoir décidé de vous lancer dans les bijoux ?

J'en porte depuis toujours. Ils sont les marqueurs des temps forts d'une vie, portent les sigles d'une famille, témoignent des sensibilités

de chacun. On sait beaucoup de choses en observant les bijoux de quelqu'un. Ils sont également amulettes, pense-bêtes, etc.

Vous sentez-vous protégée par vos pierres ?

Je me sens protégée par chaque objet dans lequel j'insuffle une incantation. Ma maison, que je préserve par de nombreux rituels, transmet autant de bonnes énergies que les pierres qui l'habitent. Les pierres ont cette capacité d'absorber et de conduire l'électricité, les vibrations, elles sont les bijoux de la terre et possèdent une puissance folle. Mais elles ne peuvent rien faire seules. Il faut l'intention de son porteur. C'est une synergie. Selon leurs composants, elles sont aptes à agir sur certains maux, en les portant avec soin, en leur demandant de l'aide ou une protection... C'est à ce moment-là que la magie opère.

Quelles sont les vertus des pierres que vous utilisez ?

Étant une grande angoissée, j'aime m'entourer de pierres douces et harmonisantes comme le quartz rose, la pierre de lune ou l'améthyste. Dans mes bijoux, je mets beaucoup de pierres dynamisantes, comme le grenat, qui poussent à se révéler et à agir, qui donnent la rage de vivre. J'ai l'impression que c'est ce dont les gens ont besoin en ce moment.

Quel est le concept de votre marque ?

Il s'agit de prodiguer de la force par des bijoux puissants, au fort caractère, qui invitent leur porteur à se questionner, à se connecter au tout et à gagner en confiance. Réveiller et élever les consciences à un monde meilleur par la connexion à soi, aux autres et à l'univers. Rassembler, comprendre, guérir.

Pourquoi ce nom : Fontana ?

C'est évidemment un dérivé de mon nom de famille *Lafontan*, mais j'aimais aussi l'image de la fontaine dans les contes de fées, dont l'eau claire abreuve les gens et les animaux. On dit souvent que c'est autour des fontaines que les créatures fantastiques se rassemblent la nuit. On raconte aussi des histoires de fontaines dont les statues portent en elles tout l'héritage de l'humanité.

Et vous, quelle pierre vous protège-t-elle ?

J'ai une opale à l'oreille qui ne me quitte jamais. J'enlève mes bagues, je déplace des pierres dans ma maison, mais, celle qui est près de moi à chaque moment, c'est cette opale. Une pierre inspirante qui renforce les cinq sens et pousse à la créativité... Elle est contenue dans un minuscule œil qui éloigne les mauvais sorts.

lafontanaparis.com

« Dans mes bijoux, je mets beaucoup de pierres dynamisantes, comme le grenat, qui poussent à se révéler et à agir, qui donnent la rage de vivre. »



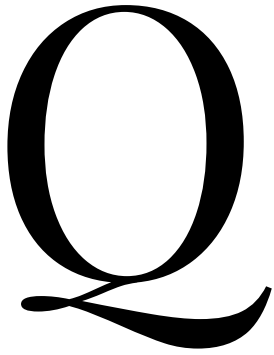
L E GRAMME

Erwan Le Louër réinvente les bijoux au masculin

Par **Olivia de Bühren**

Cofondateur de *Le Gramme* il y a 10 ans avec Adrien Messié, ses bijoux sont intemporels et s'adressent à une clientèle moderne en quête d'élégance. Erwan revient pour nous sur son parcours, ses inspirations et sa vision du bijou.

Erwan
Le Louër



Qui êtes-vous, Erwan Le Louër ?

À l'origine, je suis designer industriel. Ma formation m'a conduit à travailler en horlogerie pour la marque Isabel Marant, puis en joaillerie pour la Maison Martin Margiela. J'ai créé en 2007 une première marque de bijoux : JEM. Puis, en 2013, j'ai décidé de lancer une marque joaillière pour homme, que nous avons baptisée Le Gramme.

Qu'est-ce qui résume le mieux votre métier ?

Aujourd'hui, il n'y a plus de frontière entre les univers artistiques. Tout est poreux : il y a des architectes dans la mode, et vice versa. Je dirai que mon métier est avant tout un métier de création.

Pouvez-vous définir votre marque en quelques adjectifs ?

Minimale, graphique, accumulable, identitaire... et des formes présentes dans l'inconscient collectif.

Comment est né le label Le Gramme ?

De ma rencontre avec Adrien Messié, d'abord, et puis du constat qu'il n'y avait pas de marque de bijoux pour les hommes. Aujourd'hui, nous sommes unisexes, nous vendons à 60 % à des femmes qui offrent des cadeaux pour des hommes, pour des femmes... ou pour elles-mêmes d'ailleurs.

Qu'avez-vous de plus ou de moins que les autres ?

Je suis quelqu'un de pugnace. Je ne m'interdis rien. Mon grand défaut, c'est sûrement un manque de concentration, lié à une certaine hyperactivité. J'ai ce besoin de toujours vouloir faire avancer les choses plus vite, toujours plus vite.

Le truc qui vous agace dans l'univers de la joaillerie ?

Les choses qui pourraient m'agacer dans ce secteur sont au contraire des opportunités pour nous. Dans la joaillerie, nous ne sommes que très relativement soumis aux diktats du marketing et de la mode. Il y a peu de création de marques, et cela laisse un champ des possibles assez vaste pour des labels comme le mien. Ce qui pourrait m'énerver, c'est peut-être le côté poussiéreux et traditionnel de la joaillerie. Peu de risques sont pris. Ce qui nous laisse aussi plus de possibilités !

La faute de goût pour laquelle vous avez le moins d'indulgence ?

Dans les bijoux, je trouve qu'il n'y a pas de fautes de goût. Au contraire, rien ne me gêne, je suis assez indulgent. Chaque personne qui porte un bijou est pour moi l'opportunité de rencontrer un nouveau client.

Une expression qui vous symbolise bien ?

Saint-Exupéry disait : « La perfection est atteinte non pas lorsqu'il n'y a rien à ajouter, mais lorsqu'il n'y a plus rien à retirer. »

Quelles sont vos références dans l'univers du bijou ?

Je n'en ai pas tellement. Je n'étais pas un bon dessinateur à l'école. En revanche, j'ai une grande culture du design. J'aime penser la forme plus que la dessiner. J'ai plus de références en dehors du bijou que dans cet univers, à part quelques incontournables, comme Buccellati ou Repossi.

À quoi ressemble la femme ou l'homme qui porte un bijou Le Gramme ?

Une femme qui s'assume et aime à venir dans le vestiaire masculin. Quant aux hommes, c'est assez éclectique, on en a de tous les genres : un tatoué, un gars en jogging, un avocat... Le bijou s'efface au profit de la personnalité.

Vous fêtez déjà vos dix ans. Quelles sont les évolutions marquantes de la marque ?

L'ouverture de la boutique dans le Marais, où j'ai tout dessiné, la collaboration avec la Maison Kitsuné, le lancement de notre site Internet, la rencontre avec mon mentor, Jacques Levy, qui m'a émancipé de ma capacité à vouloir trop bien faire. Dans les bijoux, les grandes étapes ont été le lancement du bijou ruban, qui a lancé ma marque, puis la collection de bracelets câbles.

Si vous n'étiez pas devenu fondateur de Le Gramme, que feriez-vous ?

Je pense que je ferais de l'architecture. C'est ce que j'aime : créer.

Quel regard portez-vous aujourd'hui sur ces dernières années ?

Les dernières années n'ont pas été simples pour notre business. Entre le confinement, où il a fallu se réinventer et trouver une nouvelle manière de travailler très rapidement, et la conjoncture géopolitique depuis plus d'un an, chaque journée est un nouveau challenge. Mais cela ne nous a pas empêchés de voir l'équipe grossir et grandir chez Le Gramme. J'ai la chance d'avoir une équipe très soudée et impliquée dans ce projet.

Qu'aimeriez-vous changer ?

À refaire, je me serais davantage entouré plus tôt. Cela m'aurait permis de gagner en efficacité.

Qu'attendez-vous pour Le Gramme ?

Prendre du plaisir et continuer à développer la marque en ayant plus de boutiques. Peut-être que, plus tard, je réaliserai mes rêves les plus fous : j'aimerais développer un lieu de vie avec un studio d'archi, des objets design, un restaurant...

legramme.com



De haut en bas
LE GRAMME
Bracelet *Câble*
Double Tour Le 9g
argent 925 lisse
brossé



Accumulation de
bracelets *Câble*
argent 925 et
céramique noire

Bracelet *Ruban*
Guilloché Le 23g
argent 925
guilloché
horizontal poli



Accumulation de
bracelets *Câble*,
Ruban et *Câble*
Triptyque en
argent 925

Le showroom



PARTIR en temps et en heure

Par **Judith Spinoza**

Pour visiter de nouveaux horizons en mode aventurier ou chill, rien ne sert de courir, il faut partir à point.

Voici quatre montres indispensables pour respecter la célèbre maxime de La Fontaine.



**PIAGET
POLO QUANTIÈME
PERPÉTUEL
EXTRA-PLATE**

LA SPORTIVE CHIC

Dessinée en 1979 par Jean-Claude Gueit, adoptée par les plus grandes stars, cette icône unisexe réapparait cette année – en acier ou variante caoutchouc – dans une version extra-plate. Pour la première fois, ce garde-temps habillé d'un sublime cadran vert émeraude et d'un boîtier de 42 mm (étanche à 30 mètres) accueille un quantième perpétuel et automatique. Conçue pour corriger le jour, la date, l'heure, le mois, les phases de la Lune et le cycle des années bissextiles jusqu'à 2100, cette complication emblématique trouve son écho dans le design : le boîtier est orné d'un motif « godron » sur lequel émergent trois sous-cadrans, indiquant respectivement l'affichage de la date, du mois et du jour à 9, 12 et 3 heures, tandis que la phase de la Lune surgit à 6 heures. Petite facétie exprimant l'audace de la Maison, ces sous-cadrans produisent des effets visuels sous l'effet de la lumière alors que les index et aiguilles sont recouverts de Super-LumiNova. Indispensable, luxueuse et sportive.

Prix sur demande.
piaget.com



**VACHERON
CONSTANTIN OVERSEAS**

UNE MONTRE,
TROIS BRACELETS,
TROIS DESTINATIONS

Parce que les « *voyages au long cours commencent montre au poignet* », Vacheron Constantin enrichit la collection *Overseas* de quatre références inédites, tout juste présentées au salon Watches & Wonders à Genève. En acier et or rose, dotés de diamètres réduits et d'un système d'interchangeabilité des bracelets, ces garde-temps accompagnent les baroudeurs avec élégance, robustesse et adaptabilité. Grâce à une silhouette aux proportions repensées (34,5 mm pour les versions non serties ou 35 mm pour les serties) et une esthétique toujours très sportive chic (cadran laqué-soleillé, bleu ou rose), les nouveaux modèles s'adaptent aussi bien aux poignets masculins que féminins. Chaque référence étant livrée avec trois bracelets interchangeables, l'un en métal intégré (or rose ou acier), les autres en caoutchouc et cuir de veau, libre à chacun de modifier l'aspect de sa montre en fonction de ses envies et, surtout, de ses destinations...

Prix sur demande.
vacheron-constantin.com



**LOUIS VUITTON
TAMBOUR JACQUEMART
RÉPÉTITION MINUTES**

2023 L'ODYSSÉE
DE L'ESPACE

C'est la montre du voyage ultime. Un « *chef-d'œuvre mécanique* » selon Michel Navas, le maître horloger de la Fabrique du Temps, qui a nécessité deux ans de développement. Explorant le thème du voyage, « *l'expertise première de notre grande Maison* », la *Tambour Jacquemart Répétition Minutes* entame, toujours d'après Michel Navas, « *une odyssée semblable à celle que Louis Vuitton effectue dans la haute horlogerie contemporaine* ». Et pour cause : à la conquête spatiale symbolisée par un cadran en forme de capsule s'ajoute celle de nouveaux territoires techniques. Pour animer ce boîtier mettant en mouvement une fusée flottant au milieu d'une galaxie d'étoiles, les ateliers ont imaginé un mécanisme à automates doté d'une répétition minutes à timbres cathédrale. Large d'une ouverture de 46,8 mm de diamètre, le cadran aux airs de hublot mélange peinture en émail et sculpture en or blanc dont la beauté vous projette vers l'épopée spatiale du XXI^e siècle.

Prix sur demande.
fr.louisvuitton.com



**DIOR
D MY DIOR**

L'ÉLÉGANCE
JUSQU'AU
BOUT DU MONDE

Voyager, d'accord, mais avec élégance. Chic, de la tête aux pieds en passant par le poignet. À ce titre, l'élégance géométrique de la nouvelle *D My Dior* arrive à point nommé. Déclinaison de *La D de Dior* imaginée il y a 20 ans par Victoire de Castellane « *tel un ruban donnant l'heure* », cette nouvelle version est frappée du cannage, motif le plus emblématique de la Maison. Et puisque ce symbole géométrique composé de carrés et de diagonales accompagne déjà l'icône sac à main *Lady Dior*, des parfums, des solaires ou des bijoux, il est naturel qu'il marque de son sceau une montre – autre accessoire essentiel dans les déplacements. Dotée d'un calibre à quartz suisse, étanche à 30 mètres, disponible en deux diamètres (19 et 25 mm), en or jaune ou acier ou dans une version plus joaillière avec lunette et couronne serties, la *D My Dior* vous suivra jusqu'au bout du monde, avec grâce et précision.

Prix sur demande.
dior.com

DELSEY



PARIS

1946

COMPAGNONS **nomades**



Rimowa, DES VALISES CULTES

Par **Rémy Dessarts**

Les bagages en aluminium de Rimowa, propriété du Groupe LVMH depuis 2017, rencontrent un succès planétaire.
Les explications de Hugues Bonnet-Masimbert, le PDG l'entreprise.

P



Hugues Bonnet-Masimbert

pourquoi les valises Rimowa sont-elles si recherchées ?

D'abord, pour leurs qualités intrinsèques. Ensuite, comme pour tous les produits iconiques, il y a aussi une explication immatérielle. C'est un produit qui a une allure, un design extrêmement épuré. Ses formes incarnent un minimalisme germanique qui n'évolue pas dans le temps. Quitte à être parfois à contre-courant des modes. Cette esthétique est éminemment reconnaissable, très distinctive.

Ce style n'est-il pas beaucoup copié ?

Oui, mais il n'est jamais égalé ! il y a une autre dimension importante : Rimowa a installé cette légitimité par l'excellence fonctionnelle. De tous les produits du quotidien, aucun n'est exposé à un traitement de choc comme une valise. Sur ce plan, la qualité de nos produits est imparable. Et ça ne date pas d'hier. Les notions de durabilité et de réparabilité font partie de l'ADN de la marque.

En quoi cela vous distingue-t-il de vos concurrents ?

Sur ce marché, la plupart des acteurs considèrent que si un bagage se casse, on le remplace. Notre démarche est diamétralement opposée. On s'engage à tout faire pour réparer une valise, quels que soient son état et son âge. D'ailleurs, nous mettons en place depuis l'année dernière une garantie à vie. Elle n'était que de cinq ans jusque-là. La pratique du voyage évolue sans cesse. Nous sommes donc engagés dans une quête d'amélioration continue et de réinvention.

Comment réinventez-vous votre produit emblématique, la valise de cabine en aluminium ?

On la perfectionne sans arrêt, de manière souvent imperceptible. Nous cherchons par exemple à l'alléger ou à augmenter la durabilité de ses roues. Par ailleurs, nous multiplions les personnalisations et les déclinaisons de forme comme la *Watch Case* ou la *Bottle Case*.

Que savez-vous de vos clients ?

Ce sont les voyageurs du monde entier. L'année dernière, les Américains sont devenus nos premiers clients alors qu'ils ne représentaient qu'une petite part de nos ventes cinq ans plus tôt. Mais, dans plusieurs pays européens dont la France, la marque se développe aussi très fortement. Nous avons créé une communauté à travers le monde. Nous connaissons très bien nos acheteurs, car nous sommes passés en distribution directe.

Cela veut-il dire que vous avez créé votre propre réseau ?

Effectivement. Nous avons fermé tous les points de vente multimarques et ouvert 130 boutiques dans le monde, auxquelles s'ajoute notre site de e-commerce. Après chaque transaction, nous questionnons nos clients. S'ils mentionnent un problème, nous les contactons dans les deux jours. Avantage pour eux : le centre de réparation se trouve désormais à l'intérieur de nos magasins et il est géré directement par Rimowa. Nous sommes la seule marque qui fabrique, distribue et répare elle-même toutes ses valises.

Comment avez-vous surmonté l'épreuve du Covid-19 qui a fortement frappé l'industrie des voyages ?

Depuis janvier, nous renouons enfin avec le monde d'avant-Covid : la Chine a rouvert ses frontières. Malgré cela, nos volumes de vente ont été sensiblement



© Toby Coulson



© Hill and Aubrey

« Notre ambition est d'animer un véritable laboratoire d'innovation autour des bagages. Rimowa a été la première entreprise à faire un bagage en aluminium. »

Rimowa, ce ne sont pas que des valises... la Maison vient en effet de créer pour le célèbre violoniste Renaud Capuçon un étui conçu comme un écrin afin de ranger et protéger son violon datant de 1737. Son nom : l'étui Rimowa Gewa Silver.



supérieurs en 2022 à ceux d'avant la pandémie. C'est un signal très encourageant. Au moment où la marque fête ses 125 ans, elle n'a jamais été aussi forte. Nous ne faisons jamais de promotion de prix. Nous récoltons les fruits de l'investissement sur la qualité de nos produits.

Quel rôle a joué votre politique de communication dans ces bons résultats ?

Pendant le Covid, nous avons fait une campagne qui mettait en avant nos ambassadeurs comme Rihanna, Patti Smith, Roger Federer ou LeBron James. Tous sont des utilisateurs de longue date de Rimowa. L'an dernier, une deuxième campagne a mis l'accent sur la « germanitude » de la marque et son savoir-faire industriel. Résultat : les tendances positives s'amplifient depuis le début de 2022. Au point que l'un de nos principaux défis est d'adapter la production à la montée en puissance des commandes.

Comment faites-vous face ?

En 2022, cela n'a pas été simple, car on a enregistré à la fois une forte accélération de la demande et des tensions dans l'approvisionnement de certaines matières comme l'aluminium. Nous avons même été contraints de rationner nos magasins. Ces problèmes ne sont pas encore complètement réglés. Mais nous y travaillons activement.

À plus long terme, sur quelles innovations travaillez-vous ?

Notre ambition est d'animer un véritable laboratoire d'innovation autour des bagages. Rimowa a été la première entreprise à faire un bagage en aluminium. Elle a été ensuite la première à faire un bagage en polycarbonate, qui est devenu un standard du marché. Nous poursuivons une recherche fondamentale sur les matières du futur en mobilisant des ingénieurs épargnés par les contraintes du court terme. La notion de responsabilité dans le voyage est de plus en plus importante. En tant qu'acteurs du secteur, nous devons avoir une position définie sur le sujet. Cela passe par l'innovation.

Justement, quelles sont vos actions en faveur d'un développement durable ?

La première réponse, c'est la qualité du produit qui est garanti à vie. Nous travaillons également sur le recyclage de nos matières. Il est infini pour l'aluminium. En ce qui concerne le polycarbonate, nous inaugurons dans notre usine tchèque de Pelhřimov, une unité de moulage par injection qui va nous permettre de recycler les chutes de polycarbonate et de les transformer en pièces utilisées ensuite dans la fabrication des valises.

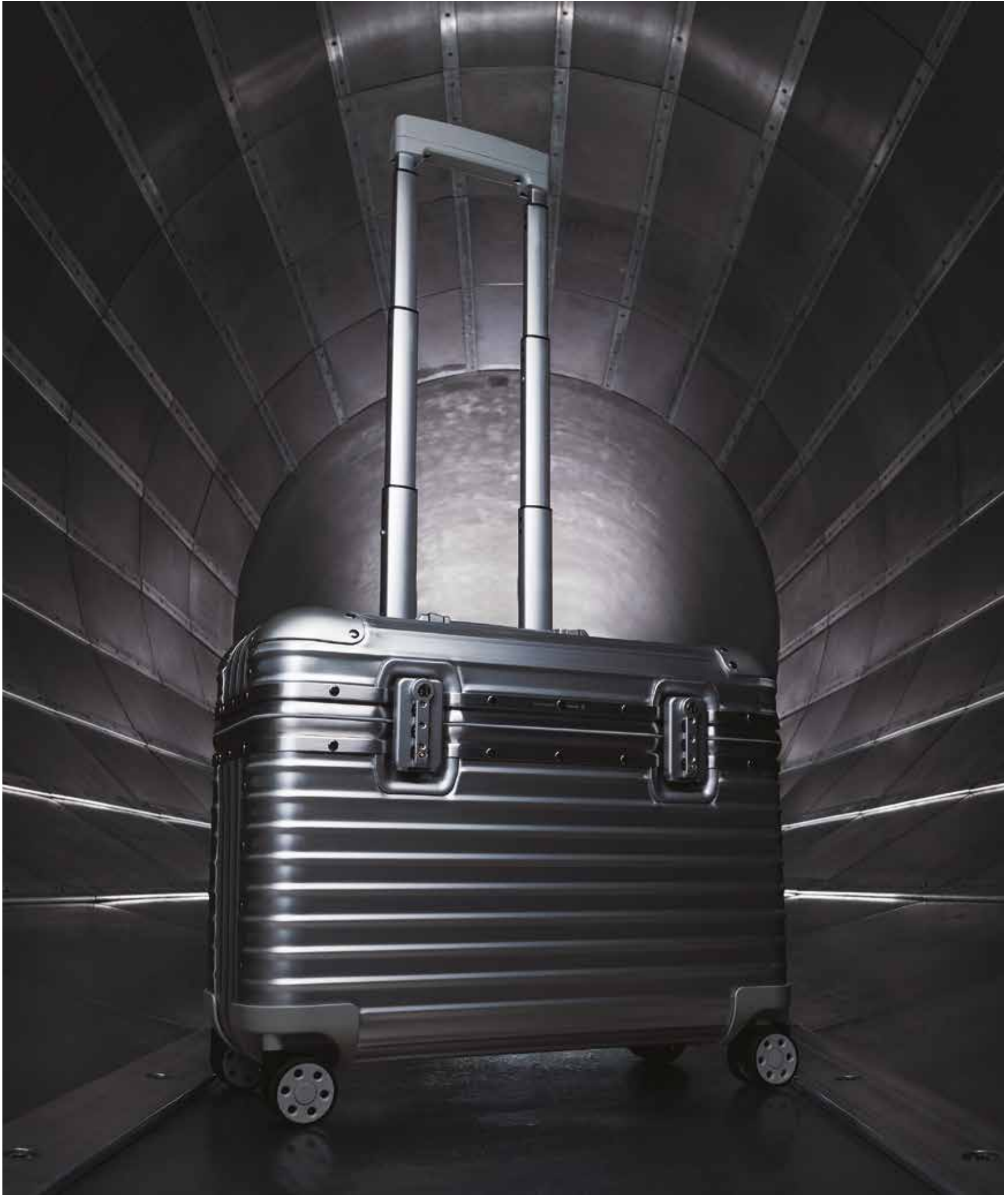
Le succès de Rimowa attire-t-il une nouvelle clientèle ?

Tout à fait. On le mesure notamment par un marqueur très, très fort : nos valises sont devenues un produit de célébration. On les offre pour un anniversaire important ou une promotion professionnelle, par exemple. Quand on offre un cadeau de mariage en Corée ou au Japon, il y a très souvent deux valises Rimowa. C'est un objet très symbolique, porteur de valeurs positives.

Ne redoutez-vous pas que l'on entre dans un monde où l'on voyagera moins ?

Des éléments factuels donnent à penser le contraire. Dans toutes les grandes capitales, on agrandit les aéroports, on crée de nouveaux hôtels. Je ne crois pas que le voyage va baisser. En revanche, je dois réfléchir à la partition que Rimowa va jouer pour avoir une attitude responsable. La réponse que l'on a choisie, c'est l'obsession de la durabilité. En outre, nous devons être exemplaires dans nos comportements. J'ai été un voyageur très intensif depuis 30 ans. Mais le temps où on allait au bout du monde pour interviewer un candidat est révolu.

rimowa.com



Louis Vuitton, L'ART ET LA MANIÈRE

Par **Judith Spinoza**

Qu'il s'agisse de bagages ou d'accessoires, le savoir-faire de Louis Vuitton ne réside pas seulement dans son artisanat, qui infuse l'âme du voyage dans ses créations depuis 1859, mais aussi dans sa capacité à imaginer des pièces toujours plus nomades.



VALISE CABINE HORIZON 55

Il y a les malles historiques que Vuitton continue à éditer. Et puis, comme dans toute Maison dont le savoir-faire préside à l'innovation, des pièces ancrées dans la tradition tout en étant dévolues aux usages toujours plus pressants de la mobilité contemporaine. Par exemple, cette valise en toile Monogram *Cabine Horizon 55*, l'une des trois pièces de la collection de bagages roulants haut de gamme imaginée par le célèbre designer industriel australien Marc Newson. Doté des roues les plus maniables jamais créées par Vuitton et du cadenas TSA, qui peut être ouvert d'une seule main, ce modèle est un trésor de légèreté pour les séjours de courte durée.

Valise *Cabine Horizon 55*, **Louis Vuitton**, 2 500 €



HORIZON LIGHT UP

Les *Horizon Light Up* incarnent la troisième génération d'écouteurs Vuitton. Ils affichent une nouvelle esthétique. Le boîtier, décliné en cinq coloris, s'inspire de la silhouette incurvée de la montre *Tambour* et dispose de Fleurs de Monogram rétroéclairées. Ils arborent des fonctionnalités high-tech inédites : système hybride haute performance de réduction active du bruit, localisation des écouteurs à distance, technologie Bluetooth multipoint qui connecte simultanément les écouteurs à deux appareils. Mais ce petit compagnon de voyage dévoile en outre une botte secrète : un mousqueton qui s'accroche en un tour de main à la boucle d'une ceinture ou d'un sac.

Écouteurs *Horizon Light Up Doré*, **Louis Vuitton**, 1 450 €



LOUIS VUITTON X YAYOI KUSAMA

Trois pièces pour elle ou pour lui, dont le pedigree s'affiche « pois à pois » au travers de la signature Yayoi Kusama. Après une première collaboration en 2012 avec Louis Vuitton, l'artiste japonaise revisite une nouvelle fois les créations iconiques de la Maison. Ainsi, le sac bandoulière *Twist*, l'indispensable pochette cosmétique ou le sublime coffret à montres complètent le set de voyage haut en couleur. Pour courir le monde sans passer inaperçu.

• **1. Sac *Twist* PM imprimé *Infinity Dots*, LV x YK, 3 900 €** • **2. Pochette cosmétique, LV x YK, 720 €** • **3. Coffret huit montres, LV x YK, 8 750 €.**

Gucci Valigeria, FLÂNERIE MÉMORIELLE

Par **Judith Spinoza**

À la fin de l'année 2022, la prestigieuse Maison italienne a ouvert à Paris Gucci Valigeria, une boutique entièrement dédiée à ses valises et accessoires de voyage. L'occasion de s'intéresser au passé et au présent de la griffe.



Sur une plage, les pieds dans l'eau, un homme pousse son chariot qui croule sous l'amoncellement d'une vingtaine de valises... Où va-t-il ? Vers l'inattendu. Qui est-il ? Vous aurez reconnu le beau Ryan Gosling, incarnant avec une grâce toute vintage la campagne de la collection « Gucci Savoy », lancée en même temps que l'ouverture de la première boutique Gucci Valigeria Paris, à la fin de l'automne dernier. Retour sur le sable fin. Pourquoi Ryan pousse-t-il ses valises au milieu de nulle part alors que, sur d'autres clichés de la campagne imaginée par l'ancien DA Alessandro Michele et le photographe Glen Luchford, on retrouve l'acteur canadien installé dans une voiture ou dans une chambre d'hôtel, entouré des mêmes valises à bande vert-rouge-vert ?

Sous le signe de Guccio

La réponse de ce scénario fellinien tient autant à la poésie qu'à l'histoire, placée sous le signe du maroquinier Guccio Gucci, fondateur de la Maison florentine en 1921. Et si, 20 ans plus tôt, le jeune Italien ne pousse pas ses valises comme le fait Ryan, il navigue avec elles entre les étages de l'hôtel Savoy, à Londres. Dans cet ascenseur, le liftier de 17 ans exerce son œil, découvre l'esthétique et l'art de voyager de l'aristocratie anglaise qui, après son retour à Florence, l'inspire pour proposer sa première série de valises, de malles et de boîtes à chapeau dans sa propre boutique... Tout est là, contenu dans ces réminiscences proustiennes. Pas dans le goût de la madeleine dominicale, mais dans la vision de ces valises « magiques ». Un jeu d'espace et de temps opéré à plus de deux siècles d'écart par les deux hommes. Ainsi quand Ryan rêve d'inattendu,

Guccio offre un moyen de transport enchanteur frappé du monogramme GG et de la bande Web : la collection « Gucci Savoy ». Pour poursuivre cette flânerie mémorielle, Gucci a fait le choix d'un second voyage dans le temps avec sa nouvelle boutique de la rue Saint-Honoré. Dans ces 150 m² aux airs d'Orient-Express, la Maison souligne son savoir-faire originel de même que son épopée moderne. On y retrouve des pièces rigides artisanales comme des malles ou des coffrets à montre et des trousseaux de beauté décorés du logo Gucci, mais aussi des valises à roulettes marquées des bandes iconiques ou d'éléments plus contemporains à l'instar des clous, des vanity-cases, des sacs de voyage pour partir en week-end et, naturellement, les modèles de la ligne « Gucci Savoy ». Pas d'arrivée, pas de départ, mais un périple dans la culture du voyage Gucci.

Gucci Valigeria,
229, rue Saint-Honoré, 75001 Paris. [gucci.com](https://www.gucci.com)



Le *pop-up store* Moynat au Bon Marché et la première boutique Moynat

Moynat, LE GRAND TOUR

Par **Judith Spinoza**

Avec le Moynat World Tour, lancé à Paris en janvier 2023 et poursuivi au Japon, en Corée du Sud et aux États-Unis, le mallettier français renouvelle l'ancienne pratique du Grand Tour. Et rappelle surtout qu'il accompagna la révolution de l'art de voyager au XIX^e siècle.

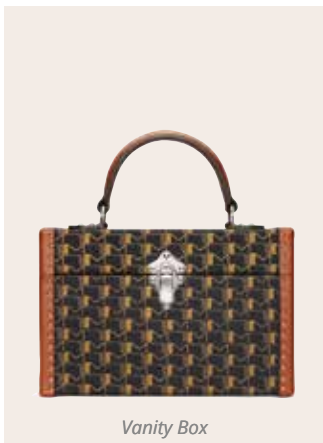
C'est au Bon Marché, début janvier, que la Maison du Groupe LVMH posait ses bagages. Un *pop-up store* itinérant à la déco vintage, qui a ensuite fait escale au Japon. Renouvelant la tradition de lettrage de la marque, Moynat y présente des modèles exclusifs en Toile 1920, personnalisables par un alphabet street art : la charmante minaudière *Wheel*, la *Little Suitcase* en Canvas 1920 monogramme M, qui incarne parfaitement l'esprit de voyage, la *Vanity Box*, qui s'inspire des malles version mini, mais aussi la *Oh! Trousse PM*, la *Zippy Pouch* et les nouvelles versions du *Oh! Tote Ruban MM*, un fourre-tout ultrapratique proposé en trois coloris de rubans sérigraphiés, trônant pêle-mêle sur de sublimes malles-présentoirs.

De l'art de voyager léger

Bientôt en Corée du Sud et aux États-Unis, les étapes du *pop-up store* revisitent à leur façon celles que firent au XIX^e siècle, juste avant l'avènement de la révolution industrielle, lord Byron, Stendhal ou Goethe durant leur Grand Tour – voyage d'éducation aristocratique conduisant généralement en Italie, en France, aux Pays-Bas, en Allemagne et en Suisse, parfois jusqu'en Grèce et au Proche-Orient. Contemporain de la révolution industrielle en France, l'atelier Moynat, fondé en 1849 par Octavie et François Coulembier rue Capon à Paris, rapidement rejoints par Pauline Moynat, accompagne cette évolution des mœurs par des innovations techniques. Qui dit « révolution industrielle » dit « révolution des transports » et l'impérieuse nécessité de déplacer ses effets en voiture, en train ou en bateau. Ainsi, sur les premières publicités, on peut lire « *Moynat, bagages brevetés pour automobiles...* » Des brevets et des nouveautés, la Maison en imagine en abondance ! En 1854, c'est une toile imperméable durcie de gutta-percha – une gomme issue du latex naturel. En 1873, c'est la Malle Anglaise, légère et résistante grâce à son armature composée d'un cadre en osier recouvert d'une toile. Deux kilos qui font le poids face à ses consœurs volumineuses et ultralourdes ! Âge d'or du voyage – mais du voyage pénible et pesant –, le XIX^e siècle met l'inventivité du maroquinier de luxe au défi. Évidemment, le fabricant mallettier ne compte pas s'arrêter en si bonne route, d'autant que le moteur à explosion vient de donner un coup d'accélérateur au secteur. En 1898, alors que les bagages Moynat sont présents au premier



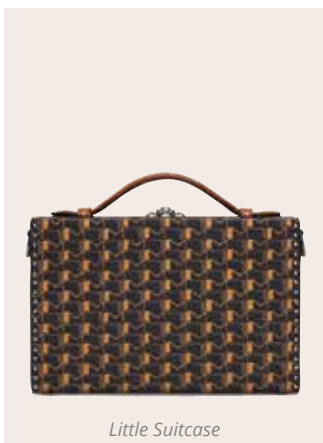
La Malle Anglaise, 1873



Vanity Box



Oh! Tote Ruban MM



Little Suitcase



Wheel

salon de l'Automobile de Paris, Jules Coulembier, le fils aîné des fondateurs, perfectionne un tout nouveau système de troncs légers. Un an plus tard, les amoureux de vitesse et d'escapades s'équipent du premier sac de voyage pour voiture. En 1902, la première malle à fond incurvé, baptisée Malle Limousine, voit le jour, suivie en 1904 par celle à glissières dont les patins métalliques permettent sa surélévation. Six ans plus tard, c'est une petite révolution qui sort des ateliers : la malle extra-légère et incassable. Puis, dès 1914, sont commercialisées les « malles d'arrière », capables de s'adapter aux différents capots.

P comme Pauline, M comme Moynat

Dans un siècle encore corseté, c'est pourtant à une femme, Pauline Moynat, que le fabricant doit cette aptitude à capter l'air du temps. Quand les artisans layetiers-emballeurs Octavie et François Coulembier s'associent à cette jeune Savoyarde pleine de ressources et de style, l'atelier se mue en Maison de luxe. Car Pauline saisit immédiatement les évolutions et le goût de la Belle Époque : l'effervescence du monde auto doublée de l'essor de l'industrie du luxe avec la naissance des Maisons de mode. Audacieuse et avant-gardiste, elle lance la première ligne de sacs à main dotés d'une bandoulière. Cela libère avec grâce le mouvement des femmes, mais distille aussi de la sensualité dans les formes ou le choix des matériaux des pièces de maroquinerie qui peuvent, sur commande spéciale, être coordonnées aux couleurs des voitures. Moynat devient, pour la maroquinerie et les malles, ce que la haute couture est pour la mode.

Nourrie de cet esprit visionnaire, fière de sa capacité à répondre aux exigences de chaque client, la Maison ouvre en 1869 sa première boutique au numéro 1 de l'avenue de l'Opéra. En 1906, alors que Paris est doté de sa première ligne d'omnibus automobiles, elle fait appel à Henri Rapin. Ce peintre, illustrateur et décorateur français collaborera plus de 20 ans avec le malletier. En plus de styliser ses étiquettes de bagages, d'illustrer ses catalogues et de concevoir des modèles, ce génie créatif fonde l'identité visuelle de Moynat : la serrure, les fermoirs et, surtout, son logo, un triangle qui en contient quatre autres pour symboliser les secteurs que la Maison équipe (automobile, bateau, train et avion). En 1920, Henri Rapin imagine la fameuse Toile 1920, frappée du monogramme M. Celui-là même qui habille, aujourd'hui encore, les sublimes malles et objets de voyage qui se déplacent aux quatre coins du globe pour le Moynat World Tour...

moynat.com

IT-LIST,

VOYAGE

Par **Judith Spinoza**

Partir bien et loin. Avec ce qu'il faut.



Pour femme

De gauche à droite et de haut en bas :

Robe plissée col bateau vert tupper, **Bompard**, 350 €, eric-bompard.com

Imperméable, **Flotte x Paul & Joe**, 99 €, flotte.fr

Sac 48h en toile et initiales personnalisables, **L/UNIFORM**, 880 €, luniform.com

Bottes de cow-boy en daim brodé entièrement réalisées à la main en exclusivité au Bon Marché Rive Gauche, **Shiloh Heritage**, 1 190 €, lebonmarche.com

Chausson vénitien en lin, **Pied À Terre**, 110 €, fr.piedaterrevenezia.com

Coque bandoulière Milo olive et chaîne vert jade Zoé, **Louvini Paris**, 108 €, louvini.com



Pour homme

De gauche à droite et de haut en bas :

Chemise multicolore, **Lee Cooper**, 109 €, leecooper.fr

Montre *Belza Forest* lunette céramique étanche à 200 m, **March LA.B**, 1 695 €, march-lab.com

Valise soute *Shadow 5.0 - XL Trunk*, **Delsey Paris**, 319 €, delsey.com

Casquette en soie *Scritto*, **Berluti**, 460 €, berluti.com

Pallashock *Re-Craft 2*, **Palladium**, 109,95 €, palladiumboots.fr

Hoodie en coton vert en exclusivité au Bon Marché Rive Gauche, **The Ace Club**, 120 €, lebonmarche.com



Un personal shopper RIEN QUE POUR VOUS

Par **Olivia de Bühren**

Avez-vous déjà vécu une expérience shopping assistée par un professionnel de la mode ? À 40 minutes de Paris, La Vallée Village vous propose ce service VIP lors d'une journée hors du temps. Testé et adoré !

Q

ui n'a jamais hésité devant le miroir d'une boutique en se posant une foule de questions existentielles : telle robe met-elle en avant ma silhouette ou telle couleur rehausse-t-elle mon teint ? À La Vallée Village, les personal shoppers sont justement là pour vous aider et répondre à toutes vos interrogations stylistiques. Le principe de La Vallée Village ? 120 marques françaises et internationales, toutes réunies dans deux rues. Voilà de quoi assouvir toutes les envies de mode tendance à prix irrésistibles !

Une expérience unique

Si vous voulez vivre cette expérience shopping en toute sérénité, le service personal shopper est là pour vous accompagner. Première étape, rendez-vous dans The Apartment, au milieu de la rue principale bordée de boutiques qui accueillent les grands noms de la mode et du luxe.

Comme à la maison, vous êtes invitée dans un petit salon VIP autour d'un thé ou d'un café. Le styliste va étudier votre morphologie, vos goûts et les couleurs qui vous siéent le mieux. Après cela, il vous accompagne pour un tour des magasins à la recherche des looks les plus adaptés à votre physique et à vos envies. Si vous le souhaitez, vous pouvez aussi faire appel au service mains libres : vos achats sont alors récupérés au fur et à mesure et ils ne vous sont remis qu'à votre départ pour que vous n'ayez rien à porter pendant votre session shopping. Rappelons que le point fort de La Vallée Village, c'est qu'on y trouve les plus beaux produits des collections passées à prix réduit, ainsi qu'une sélection des collections les plus récentes. Attention, craquage obligatoire !

LES SERVICES VIP

- **Chauffeur.**
- **Salon VIP : accueil, prêt de parapluie ou de poussette, réservation dans les restaurants...**
- **10 % de réduction supplémentaire.**
- **Personal shopper.**

La Vallée Village

3, cours de la Garonne,
77700 Serris.
Tél. : 01 60 42 35 00.
Ouvert 7 jours sur 7,
de 10h00 à 20h00
thebicestercollection.com/la-vallee-village/fr
[@lavallee-village](https://www.instagram.com/lavallee-village)



MAX&MOI
PARIS

*Le visage
de la beauté*
EN 2023

Par Judith Spinoza

D'un point de vue sociologique, avec la naissance de nouvelles communautés Instagram, ou purement technique, avec les innovations liées à l'intelligence artificielle, il n'y aura qu'une seule règle cette année : la recherche d'une beauté toujours plus personnelle et inclusive.

**« Le futur de la beauté est inclusif,
et il sera encore plus accessible grâce
à la technologie. »**

Selon Kant, « *Le beau est ce qui plaît universellement sans concept* ». À l'inverse, la beauté comme plaisir ou valeur esthétique est une culture particulière, voire une quête personnelle devenue une exploration communautaire grâce aux réseaux sociaux.

Les nouvelles tribus

L'étude « L'État des cultures beauté en France », réalisée par Initiative Paris en collaboration avec le cabinet Synomia, s'est penchée sur ces nouvelles communautés beauté en France à partir de l'analyse des conversations Instagram 2022. Résultat ? 15 tribus aux noms étranges mais à l'impact bien réel. En voici sept.

Avec 13 millions de recherches annuelles, les **Skinfluencers**, obsédés par la peau, testant les produits et produisant beaucoup de contenus, arrivent en tête. Suivent les **All Natural**, partisans du tout naturel, refusant de céder aux diktats d'une beauté inatteignable avec 6,7 millions de recherches annuelles. Leur mantra ? La beauté est une question de confiance. Troisième de ce peloton, les **Holistics** (6,3 millions de recherches annuelles), qui prônent une beauté et une hygiène de vie *in-and-out* alliant sport, compléments alimentaires et soins. À peine plus loin, petite bouffée d'oxygène avec les **Playful** (6,2 millions de recherches annuelles), grands fans de maquillage et, avec 5 millions de recherches annuelles, les **Endless**, déterminés à prévenir et gommer les signes du vieillissement. Forts de 3,5 millions de recherches annuelles, les **New Male**, qui revendiquent l'usage du vernis à ongles et de correcteur de teint, sont l'écho de l'une des tendances incontournables, au même titre que les **Inclusivity First**. Pour eux, la beauté s'adresse à tous sans distinction de genre, d'âge, de religion, de teint ou de type de peau. Avec 1,3 million de

recherches annuelles, ils se voient propulsés au milieu du classement, preuve que l'inclusivité dessine la beauté de demain.

Algorithme et applicateur intelligent

Les marques, engagées dans la course à l'inclusivité, l'ont bien compris. Début janvier, les allées du Consumer Electronics Show (CES) de Las Vegas vibraient sous l'effet d'un seul mot d'ordre en matière de beauté : personnalisation et inclusion. Ainsi, le soin sur mesure à domicile *Authentic Color master by Tonework* du groupe sud-coréen Amorepacific propose aux utilisateurs de trouver leur couleur idéale de fond de teint et de rouge à lèvres grâce à son algorithme unique au monde, qui scanne illico presto 3 448 zones du visage ! Autre outil de personnalisation à utiliser en quelques secondes chez soi : *L'Oréal Brow Magic*, premier applicateur intelligent de maquillage des sourcils. Après un scan du visage, il fait des recommandations pour des effets de microblading, d'ombrage ou de remplissage des sourcils. Coup double pour le Groupe L'Oréal qui présente également *Hapta*. Cet applicateur de maquillage intelligent et portable destiné aux personnes ayant une mobilité réduite du bras ou de la main sera lancé en 2023 par Lancôme. Doté d'une fixation magnétique qui pivote à 360 degrés, l'appareil permet de reproduire les mouvements d'une routine de maquillage pour aider ceux qui ne le peuvent pas à mettre du rouge à lèvres ou du mascara. « Avec Hapta, nous allons encore plus loin en rendant la beauté plus accessible, car tout le monde devrait pouvoir en profiter », précise Françoise Lehmann, directrice générale internationale de Lancôme. Du côté de L'Oréal, Nicolas Hieronimus, son directeur général, résume ainsi les choses : « *Le futur de la beauté est inclusif, et il sera encore plus accessible grâce à la technologie. Les deux technologies grand public que nous dévoilons cette année au CES sont au cœur de la raison d'être de notre entreprise : créer la beauté qui fait avancer le monde.* »

Chenot Palace Weggis, LE DISCOURS DE LA MÉTHODE

Par **Sophie Giagnoni**

« *Dis-moi ce que tu manges, je te dirai si tu es beau* », aurait pu écrire Platon s'il ne s'était pas davantage soucie de sagesse que de santé du corps. D'ailleurs, dans ce dernier domaine, mieux vaut s'en remettre aux préceptes d'Henri Chenot qu'à ceux du philosophe grec.

Derrière les hautes fenêtres, le jour se lève sur le lac de Lucerne, révélant un arrière-plan de blancs sommets alpins emmitouffés de vaporeuses écharpes de brume. De gris et d'argent, féérique, le spectacle contraste singulièrement avec les couleurs chatoyantes que déploient une demi-poire, trois ou quatre myrtilles et un demi-fruit de la passion si artistiquement mis en scène dans l'assiette qu'il serait indécent de dire qu'ils s'y battent en duel. La journée débute au Chenot Palace Weggis – une journée en peignoir, maillot de bain et claquette, uniforme qui échoue à abolir les classes sociales à peu près autant que le costume cravate à Eton.

Ici, on soigne sa santé, pas la maladie. On l'emmène en révision comme on conduit sa voiture au garage, avec l'espoir qu'un bon entretien lui permette de dépasser les 250 000 kilomètres. La plupart des curistes affichent d'ailleurs un visage outrageusement jeune, et rares sont les personnes âgées ou en surpoids. Il s'agit de dégraisser le carburateur, pas de toucher à la carrosserie, sauf bien sûr si elle était cabossée.

Manger bien, mais peu

La cure commence dans l'assiette avec un régime végétal calé sur 850 calories par jour, soit suffisamment peu pour déclencher le processus d'autophagie recherché dans le jeûne. Pour le reste, pas de panique, la comparaison s'arrête là. Entre 0 et 850 calories, le gap est énorme, et, incroyablement inventif, le chef parvient à préparer des merveilles gustatives qui nous mettent à l'abri de la dépression. La soupe est servie parsemée de copeaux de truffes ou encore de grains de caviar. L'austérité est épicurienne. À la mode de Henri Chenot, ce Français d'origine catalane qui mit au point la célèbre méthode qui porte son nom, on mange très bien, mais peu. Et les maux classiques d'une détox peuvent ternir les premiers jours : vomissements, diarrhées, douleurs rénales, maux de tête... Une des raisons sans doute pour lesquelles la plupart des curistes viennent seuls. Heureusement, pas besoin d'attendre la fin de l'effort pour bénéficier du réconfort. Celui-ci est distillé de manière permanente, multiple et délicieuse, tout au long des six journées que dure la cure. Du matin au soir, on passe d'une cabine à l'autre, le spa de 5 000 m² en contenant une centaine, pour recevoir des soins hautement consolateurs qui activent en prime le processus de détoxification. Tour à tour dispensés dans les secteurs de la balnéothérapie, de l'esthétique et du médical, ces soins offrent un singulier mélange de old school et de high-tech qui fait autant la marque que le charme de la méthode Chenot. On passe ainsi d'un bain de boue à une machine de l'espace qui vous bombarde d'infrarouges, en ayant toutefois pris soin entre les deux de se faire rincer au jet comme dans une bonne vieille cure thermale à la Bourboule. À un quatuor de soins compris dans la cure et qui se répètent tous les jours (balnéothérapie, bain de boue, hydrojet et massage), un médecin diagnosticien recommande l'adjonction d'une foultitude d'autres soins, pour la plupart dispensés à l'aide de machines ultramodernes. Outre les traditionnelles injections d'acide hyaluronique et de botox, le département de médecine esthétique propose ainsi un soin de *biorevitalisation* à base de plasma riche en plaquettes autologues ou encore un lifting non invasif pratiqué à l'aide d'une machine à *ultrasons micro et macro-focalisés de haute densité*. Si les bénéfices de ces derniers sur la santé de la peau n'apparaissent pas comme instantanés, le plaisir de la course dans la machine antigravité mise au point

par la NASA est quant à lui immédiat. Faire un footing d'astronaute avec des performances de marathonien est une expérience jubilatoire.

On y revient

Tout cela cumulé, « *au bout de trois ou quatre jours, les changements sont notables. Les corps sont dégonflés, raffermis. Les clients eux-mêmes témoignent d'une plus grande légèreté, d'un sentiment d'énergie retrouvée* », assure Iliana, masseuse à la main de fer dans un gant de velours, que l'on voudrait pouvoir ramener à la maison à la fin du séjour. D'ailleurs – c'est un signe qui ne trompe pas –, la plupart des clients reviennent : 70 % d'entre eux pour être précis, certains jusqu'à deux fois par an, d'autres trois fois.

Mises à part Iliana et l'énergie retrouvée, sans doute goûtent-ils l'atmosphère à la fois raffinée et internationale des lieux. L'anglais est la première langue du Chenot Palace Weggis, un anglais parlé avec une multitude d'accents plus ou moins exotiques. La clientèle, comme le personnel, vient ici des quatre coins du globe. Au bout de quelques jours passés dans cette enclave multiculturelle, de laquelle l'enchaînement des soins ne laisse que peu d'occasions de sortir, on finit par oublier où l'on se trouve. Est-ce seulement encore la Suisse ? Les palmiers plantés le long du lac permettent d'en douter. « *C'est la méditerranée à 45 minutes de Zurich* », s'amuse une Suissesse qui s'esbaudit moins sur les palmiers que sur la très forte concentration d'Italiens, de Grecs ou de Croates parmi le personnel. Sur les 200 salariés que compte l'établissement, dont 50 pour le seul département médical – pour un maximum de 85 curistes chaque semaine –, l'une des rares nationalités qui ne soient pas représentées est la Suisse ! Ramené au salaire minimum local de 4 400 euros, conjugué au niveau high-tech des équipements proposés et à la qualité du service palace, ce nombre de 200 employés minimise quelque peu le prix des cures (à partir de 5 300 francs suisses, chambre non comprise). La santé a un prix, s'entend-on souvent dire. En toutes choses, le Chenot Palace Weggis met la barre très haut. On en revient totalement renouvelé.

**Chenot Palace Weggis,
Hertensteinstrasse 34, 6353 Weggis
(Suisse), Tél. : +41 41 255 20 00,
chenotpalaceweggis.com**



Ci-contre
CHENOT PALACE
WEGGIS
Traitement Neurac



Ci-contre
CHENOT PALACE WEGGIS
Photobiomodulation pratiquée
sur le corps entier



Ci-dessus
CHENOT PALACE
WEGGIS
Massage énergétique



Ci-contre
CHENOT PALACE
WEGGIS
Détox tapioca et
pudding à l'orange

Les temples DE LA BEAUTÉ

Par **Catherine Jazdzewski**

On se ressource à Paris aussi bien que dans les Alpes ou sur la Costa Brava. Direction trois nouveaux lieux aussi beaux que futés pour un bien-être total.



© Eric Cuvillier



© DR



© DR

LANCASTER DÉTOX AU CAFÉ

Dans un hôtel ou un palace, c'est presque toujours au niveau -1 que les architectes imaginent les spas. Au Lancaster, il est en plein ciel, avec un panorama qui plonge du Sacré-Cœur à la tour Eiffel. Et on s'y sent comme dans un cocon pour aider à retrouver sérénité et bien-être. Façon nouveaux apothicaires, à base de caféine et de marc de café – il se trouve que ce dernier possède d'étonnantes vertus détox –, les soins signés *Terre de Mars* invitent à la résilience quand on stresse pour un oui ou pour un non ou que le corps pique sa crise de nerfs. On a particulièrement aimé le *Soin Signature Relaxant* qui s'adapte à l'état du métabolisme. On arrive tendu, gonflé, on repart léger comme l'air, avec en prime un épiderme remis à neuf grâce à des formules 100 % green.

Lancaster Private Spa,
7, rue de Berri, 75008 Paris.
Tél. : 01 40 76 40 76.
hotel-lancaster.com

SISLEY L'ART ET LA NATURE

La Maison Sisley passe sur la rive gauche, à deux pas de Saint-Germain-des-Prés, et c'est un bonheur ! Aussitôt la porte franchie, on y retrouve toute l'atmosphère chère à Isabelle et Christine d'Ornano, ainsi que leur goût pour l'art via les œuvres de l'artiste polonaise Elzbieta Radziwill dont l'univers onirique est une entrée en matière à la beauté. Si, dans quelques semaines, on viendra préparer sa peau au soleil avec le soin *Supremya*, là, on s'adonne au plaisir et au pouvoir du *Grand Soin Cheveux Régénérant et Restructurant*. Grâce à ses formules best-sellers aux huiles essentielles comme le *Soin Lavant Revitalisant Volumateur* et la *Crème 230*, la gamme *Hair Rituel* transforme toutes les chevelures en crinières de lionnes. L'assurance de s'entendre dire que nos cheveux sont magnifiques...

Maison Sisley Paris Rive Gauche,
15, rue du Bac, 75007 Paris.
Tél. : 01 57 96 66 99.
sisley-paris.com

FILMED REGARD DE MAÎTRE

Cet institut applique à l'esthétique les principes du bien-être médical. Avec leurs formules ultraconcentrées et hyperefficaces, les produits de la gamme *Skin Perfusion* sont issus de ceux développés par le laboratoire Fillmed pour les cabinets esthétiques. Dès que la fatigue s'installe et que des ridules apparaissent, c'est là que l'on vient retrouver un visage infusé d'harmonie et de lumière. Ce jour-là, on a testé le nouveau soin *Beautiful Eye Express*. Soit 30 minutes de cryothérapie, de massage et d'application de masque pour recouvrer un regard frais. Les cernes sont gommés, le contour est régénéré, les paupières comme liftées. Ce petit miracle est particulièrement conseillé aux hommes qui n'ont plus envie d'avoir ce regard lourd zéro prestance. On prolonge l'effet avec le nouveau soin *C-Eye Light*.

Institut Fillmed,
20, rue de Lisbonne, 75008 Paris.
Tél. : 01 42 93 95 40.
institut.fillmed.fr



Une découverte rare signée Clarins : le cryoextrait de la reine de la nuit a le pouvoir de préserver la jeunesse de la peau. Il est associé à des peptides revitalisants et restructurants pour des résultats rares sur les signes de l'âge.

En seulement 7 jours, les femmes trouvent leur peau plus ferme, plus lisse et plus éclatante.*

CLARINS
Precious

RARE. TOUT COMME VOUS.

CLARINS

Disponible en boutiques Clarins et sur CLARINS.COM.
*Test consommateurs, 200 femmes, utilisant La Crème.

VIEILLIR ? C'est démodé...

Par Catherine Jazdzewski

Plus les années passent, plus on a de chance de rester jeune longtemps. Désormais, les sciences de la longévité permettent de conserver l'âge dans lequel on se sent bien. La preuve avec ces trois innovations.



Non seulement l'espérance de vie se rallonge, mais le rapport que l'on a à son propre vieillissement change. Parce que l'on en connaît mieux les mécanismes, on le maîtrise davantage, on l'accepte. On ne cherche plus à revenir en arrière, à perdre 10, 20 ans, mais à se sentir le mieux possible dans le corps que l'on a. Et c'est le rôle de la cosméto de nous y aider.

À la source de la longévité

Jean-Noël Thorel. Ce nom ne vous dit peut-être rien, pourtant notre peau lui doit beaucoup. Ce pharmacien, expert en biologie cellulaire, fondateur du groupe Naos, qui exploite notamment la marque Esthederm, bouscule depuis 40 ans les idées reçues. Sur la protection solaire, mais aussi sur l'écologie de la peau, mettant l'équilibre de son écosystème au cœur de ses formules. « *La peau est vivante. Elle est le reflet de qui nous sommes. Sa santé est le résultat d'un équilibre* », aime-t-il à répéter. Et son âge ? Cet homme discret nous entraîne au cœur de sa longévité avec l'un des meilleurs généticiens actuels, Miroslav Radman, au CV impressionnant. Ce que ces deux visionnaires mettent en avant, c'est le rôle des protéines dans notre vieillissement. Contrairement à ce que l'on pensait jusqu'à présent, ce n'est pas le génome qui est à la source de celui-ci. Si l'ADN est notre carte d'identité biologique, c'est au travers des protéines que l'âge s'exprime. Deuxième constituant de notre corps après l'eau, les protéines sont à la base de toutes nos fonctions vitales. Elles composent nos enzymes, nos hormones, notre collagène... Et c'est leur altération qui est la cause principale du vieillissement. Notre jeunesse est donc inscrite dans ce protéome. En le protégeant durablement, en l'empêchant de carbonyler, on prolonge la vie cellulaire. Cette découverte, qui est une nouvelle manière d'aborder la cosmétique anti-âge, est à la genèse d'un nouveau soin Esthederm, le *Age Proteom Advanced Serum*. Il ouvre la voie à une nouvelle génération de soins cellulaires qui vont préserver à long terme la santé de la peau.

Les sciences vertes

La déferlante des labels green – on a compté plus de 800 lancements l'an dernier – reflète un changement sociétal qui a obligé des groupes comme L'Oréal à faire leur coming-out écologique. C'est ainsi que Lancôme réussit l'impossible dans la formule de son soin culte *Rénergie*. 30 ans après le lancement de sa première formule, elle introduit la crème *Rénergie H.P.N. 300-Peptide*. À l'heure où les concepts minimalistes sont encore en vogue, celle-ci concentre plus de 300 types de peptides, lesquels, à aucun moment, ne provoquent une overdose de la peau. Cette prouesse n'est possible que parce que les équipes de L'Oréal



**« La peau est vivante. Elle est le reflet
de qui nous sommes. »**

JEAN-NOËL THOREL



se sont converties à la chimie verte. Ce qu'Annie Black, la directrice scientifique internationale de Lancôme, appelle « *la nature augmentée par la science* ». Jusqu'à présent, la majeure partie des peptides utilisés en cosmétique étaient synthétiques, et l'on devait bien jauger leur quantité. Ils n'étaient pas tous compatibles entre eux et ne pouvaient pas non plus être à la hauteur de ceux de la peau. Pour cette crème, Lancôme a extrait les protéines du lin, du lupin et du pois, les a fractionnés en peptides et en a déchiffré leurs fonctions essentielles pour la régénération de la peau. La marque a testé toutes leurs possibilités d'association – cela a pris des années – pour, finalement, retenir les 300 peptides qui, dans cette crème veloutée, sont les meilleurs actifs régénérants que l'on puisse imaginer.

La bio-impression de la peau, une première mondiale

Saviez-vous que Chanel suit des milliers de femmes dans le monde pour comprendre comment les signes du vieillissement apparaissent sur leur visage ? On sait que les taches sont une des préoccupations principales. Par conséquent, leur traitement est un enjeu fort pour la recherche Chanel. D'où son association avec la start-up française LabSkin Creations. En alliant leurs compétences, les deux entreprises ont réussi à reconstruire en 3D, dans son micro-environnement, une peau humaine marquée d'une tache pigmentaire. Cette bio-impression va permettre à Chanel de reconstituer en laboratoire des peaux pour étudier l'apparition et l'évolution de leur hyperpigmentation. Ses équipes pourront ainsi évaluer l'efficacité des actifs et sélectionner les plus performants. Une innovation qui aura des développements bien au-delà de la cosmétique. *Wait and see...*



À LA DÉCOUVERTE DE AGE PROTEOM

LE SÉRUM DE LONGÉVITÉ CELLULAIRE

Nous avons interrogé Isabelle Benoit, membre du comité scientifique de NAOS (Bioderma, Institut Esthederm, État Pur), sur les mystères de la carbonylation.

Pouvez-vous tout d'abord nous expliquer ce qu'est la carbonylation ?

C'est l'altération du protéome. Les protéines qui sont carbonylées perdent leur structure, elles ne peuvent plus assurer leurs fonctions. Quand on est jeune, ce n'est pas grave, elles s'éliminent naturellement, mais, en vieillissant, leur altération a des conséquences.

Lesquelles ?

La carbonylation provoque une déshydratation, altère l'éclat et l'homogénéité du teint, détériore les fibres d'élastine et de collagène. Ce qui entraîne une perte de densité, de fermeté et d'élasticité.

Comment protéger le protéome ?

C'est le rôle des molécules dites « chaperonnes ». On les appelle ainsi car elles rendent le protéome inoxydable, protègent sa structure, constituent un véritable bouclier biologique. Cette protection est une avancée majeure qui détrône toutes les approches antioxydantes connues.

D'où viennent ces molécules ?

C'est grâce au professeur Miroslav Radman que nous avons pu les appliquer à la cosmétique. Il a remarqué que certaines bactéries sont capables de survivre dans des conditions extrêmes. En étudiant leur protéome, il a trouvé un parallèle entre la qualité de celui-ci et la résistance au vieillissement précoce. Nos chercheurs, eux, ont découvert dans la neige une bactérie qui résiste aux températures extrêmes. Ils en ont extrait un principe actif qui baisse le taux de carbonylation des protéines, prévient les dommages irréversibles et restaure leur fonctionnalité. Surtout, ces molécules sont en totale affinité avec la peau, ce qui ouvre la voie à une nouvelle génération de soins dermo-esthétiques.

Quand doit-on utiliser le Age Proteom Advanced Serum ?

Dès 25 ans, matin et soir, seul ou en complément d'une crème. C'est un soin universel.



La bio-impression va permettre à Chanel de reconstituer en laboratoire des peaux pour étudier l'apparition et l'évolution de leur hyperpigmentation.

Precious, UNE GAMME MIRACLE

Par Olivia de Buhren



« *Selenicereus grandiflorus est une fleur dont la beauté se révèle durant une seule nuit.* »



Marie-Hélène Lair

Les équipes scientifiques de Clarins ont découvert une fleur rare grâce à laquelle ils ont créé *Precious*, une gamme de produits qui permet de rajeunir la peau... Le rêve !

A

u cœur de la nuit noire des forêts d'Amérique centrale, *Selenicereus grandiflorus* n'éclot qu'une fois par an. Depuis près de 15 ans, cette reine de la nuit ancre aussi ses racines dans un coin de Bretagne : 6 000 m² dédiés à une culture en pleine terre, dans le respect de l'écosystème de la plante, à température constante. Il faut savoir patienter pour la voir s'ouvrir au clair de lune. On doit veiller parfois pendant des nuits entières pour avoir le privilège d'admirer ses pétales qui se déploient avec majesté. Son pouvoir, révélé par la Recherche Clarins, a été capturé grâce à une technologie exceptionnelle. C'est ainsi que la marque a créé ce soin unique, *Clarins Precious*, qui sait à la fois préserver notre peau et stimuler ses propres ressources de jeunesse. Tout est surprenant dans cette nouvelle gamme : le luxe du packaging responsable, la délicatesse des textures et du parfum et, surtout, le résultat sur la peau. Celle-ci est plus hydratée, plus élastique et visiblement plus jeune. Le miracle *Precious* !

ENTRETIEN AVEC MARIE-HÉLENE LAIR, DIRECTRICE DE L'INNOVATION RESPONSABLE.

Pourquoi ce nom : *Precious* ?

Nous avons choisi de baptiser ainsi notre gamme, car c'est un mot compris partout dans le monde et qui est évocateur d'originalité, d'exclusivité. Il permet d'illustrer la rareté de notre actif star, la reine de la nuit, mais également l'élégance de notre packaging, utilisé pour la première fois en cosmétique.

Pouvez-vous nous en dire plus sur cette reine de la nuit ?

C'est une fleur de la famille des cactées. Nous la récoltons en France pour réaliser un cryo-extrait concentré en molécules actives. C'est une fleur dont la beauté se révèle durant une seule nuit. Elle était déjà très appréciée au XVIII^e siècle. Marie-Antoinette en raffolait et l'avait choisie pour figurer sur l'un de ses portraits.

Quels sont ses bénéfices sur la peau ?

La gamme *Precious* a démontré son efficacité sur la prévention et la correction de tous les signes de l'âge. La Recherche Clarins a créé un *skin aging index* : il a permis de démontrer que la crème *Precious*, par exemple, permet de retrouver les caractéristiques d'une peau cinq ans plus jeune.

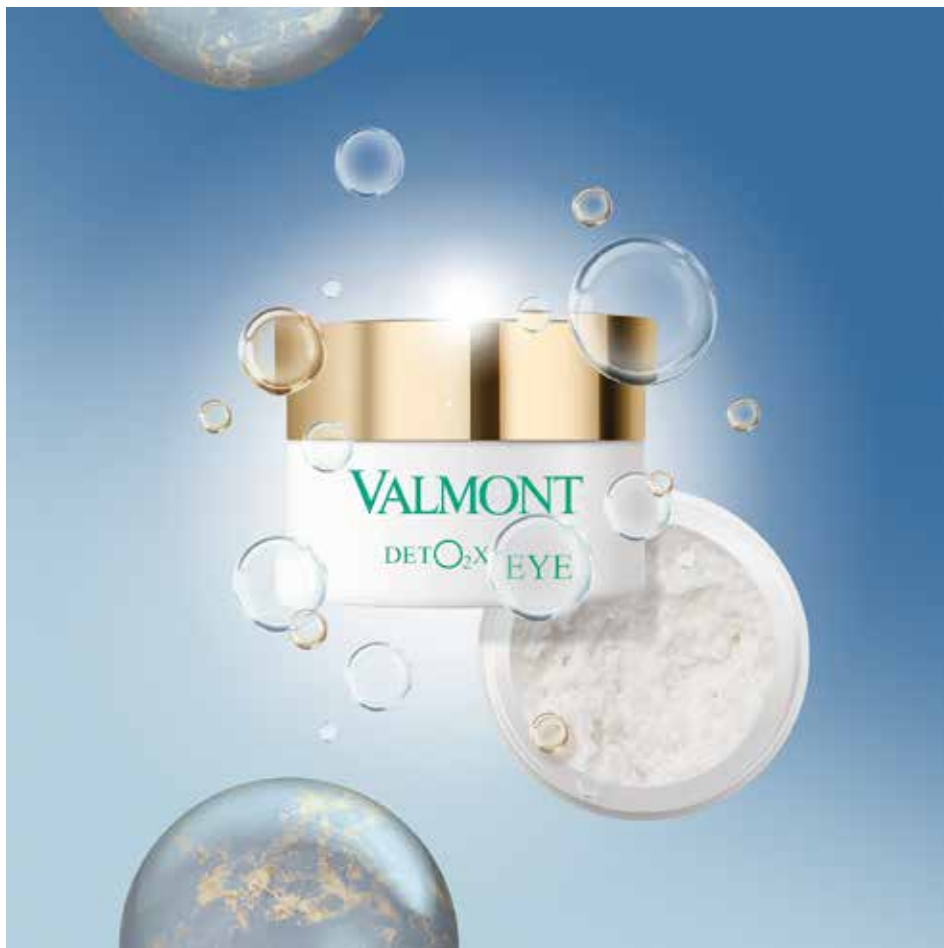
clarins.fr

Boutiques de Paris, Neuilly, Lille, Lyon et Bordeaux à partir du 14 avril.

DE L'AIR!

Par Catherine Jazdzewski

Valmont repousse les limites de la science et de la sensorialité dans un soin en totale affinité avec notre mode de vie.



Sophie
Vann Guillon

Vous êtes Parisienne ou Parisien ? Si on vous disait que, chaque matin, au moment de votre routine cosmétique, vous pouvez profiter d'une bouffée d'air pur suisse, vous auriez non seulement raison de le croire, mais aussi d'en abuser avec volupté... Une fois encore, Sophie Vann Guillon rend possible l'impossible. Grâce au savoir-faire technologique de Valmont, cette CEO visionnaire fait de l'oxygène la source d'éclat du regard grâce au nouveau soin DetO₂x Eye. « *Nous savions que les nuits trop courtes, le manque de sommeil, sont responsables des cernes. Or, nous avons découvert – et démontré – que la pollution en est aussi responsable* », explique-t-elle. En effet, les toxines urbaines se fixent sur les cellules et les asphyxient. Elles n'arrivent plus à respirer. Cela se voit particulièrement là où la peau est fine : le contour de l'œil.

La prouesse de Valmont s'exprime grâce au Complexe O₂, une savante alliance de perfluorocarbène et d'extrait de capucine capable de corriger et faire disparaître ces marques. Il diffuse l'oxygène dans les cellules, évacue le CO₂. Il agit comme une respiration profonde, libérant la peau de l'intérieur, restaurant son oxygénation.

Son action est renforcée par des cellules souches d'Uttwiler Spätlauber – une variété de pomme originaire de Suisse qui a la capacité de ne jamais se flétrir – et par l'essence signature de la cosmétique cellulaire Valmont, l'ADN Triple, qui stimule, raffermi, rajeunit ce contour de l'œil auquel on est aujourd'hui si attentif.

Résultat : en 15 minutes, dès la première application, il est plus lumineux, plus lisse, plus clair. Le talent de Valmont ne se concentre pas uniquement sur la formule de DetO₂x Eye. Sa texture révolutionne la sensorialité. Parce qu'elle est évolutive, cette crème effervescente insufflé une nouvelle énergie, se fond à la peau et l'infuse de fraîcheur alpine. C'est pourquoi elle s'inscrit naturellement dans la continuité des deux autres soins que l'on adore et dont on ne peut déjà plus se passer : la DetO₂x Cream et le DetO₂x Pack. Si vous ne les connaissez pas encore, foncez !



DetO₂x Eye, 178 € les 12 ml

**La Maison Valmont pour le Meurice
6, rue de Castiglione
75001 Paris**

lamaisonvalmont.com

Leonor Greyl

PARIS

SOIN NATUREL DU CHEVEU

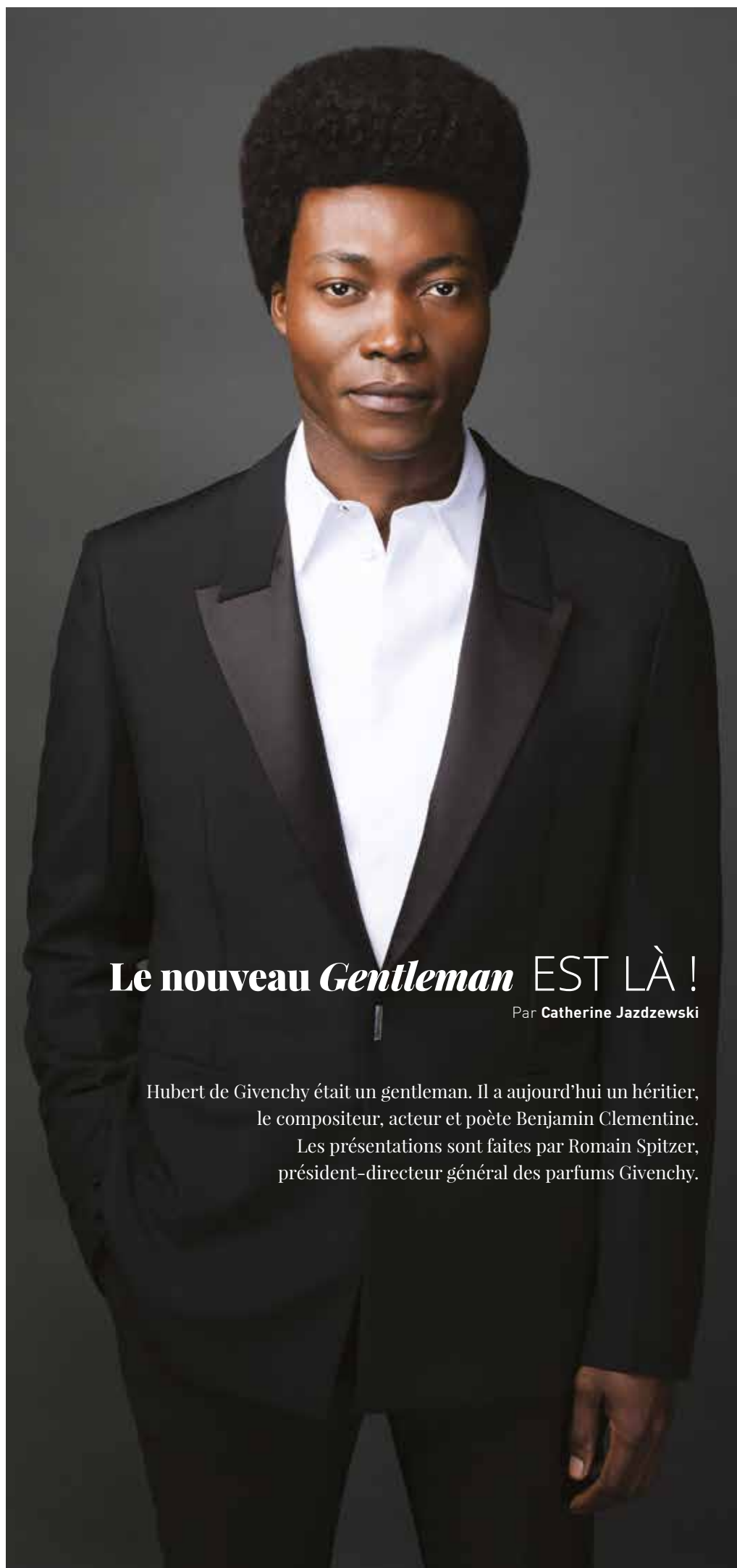
CRÈME AUX FLEURS FÊTE SES 50 ANS

*Le soin lavant idéal
des cuirs chevelus sensibles et cheveux très secs*



Soins et Beauté du Cheveu par les Produits Naturels

www.leonorgreyl.com



Le nouveau *Gentleman* EST LÀ !

Par Catherine Jazdzewski

Hubert de Givenchy était un gentleman. Il a aujourd'hui un héritier, le compositeur, acteur et poète Benjamin Clementine.

Les présentations sont faites par Romain Spitzer, président-directeur général des parfums Givenchy.

Romain Spitzer,
président-
directeur
général
des parfums
Givenchy



Gentleman. Au-delà de l'icône parfum, c'est un mot que l'on entend moins...

Vous allez l'entendre à nouveau. Il revient. Cela fait 15 ans que nous n'avions pas lancé de parfum masculin. Nous voulions réinventer *Gentleman*, qui appartient à l'histoire de la Maison depuis 1975 et qui était le parfum de monsieur de Givenchy. Ses valeurs ont été revisitées. Ce n'est pas la noblesse de naissance que *Gentleman Society* célèbre, mais celle du cœur. Il incarne une certaine manière de se conduire, un savoir-être, une élégance. Il est chargé de bienveillance, a un aspect disruptif non négligeable, qui est dans les gènes de Givenchy. Rappelez-vous que monsieur de Givenchy était voué à devenir un notaire de province, mais qu'il a suivi ses rêves. Il est venu à Paris pour créer des robes. Dans le Beauvais des années 1950, il fallait du courage pour oser cela.

Ces valeurs sont-elles également celles de Benjamin Clementine, que vous avez choisi pour être ce nouveau *Gentleman* ?

La personne qu'il est dans la vie n'est pas éloignée de celle de notre fondateur, même si l'époque a changé. Lui aussi a fait preuve de courage en quittant Londres pour venir à Paris. C'est un autodidacte. C'est en jouant dans le métro qu'il a été repéré. Il va au bout de ses projets avec une authentique noblesse intérieure et, à 31 ans, il a été fait chevalier des Arts et des Lettres. Ce n'est pas rien. Mais c'est vraiment pour sa personnalité que nous l'avons choisi.

Pourquoi parlez-vous souvent de bienveillance ?

Elle est intrinsèque à notre entreprise. Je crois qu'elle doit être le fil conducteur d'une élégance contemporaine, elle devrait même la définir. Elle est l'une des valeurs fortes de ce projet. Comme la fidélité. Nous avons conservé la ligne flasque du flacon. Tel un totem, il est laqué noir et signé du célèbre logo, les quatre G entrelacés, qui sont découpés dans une plaque de métal.

Sur les images, Benjamin Clementine fait bande avec le skater Matthias El Koulali et le danseur Sulian Rios. Vous lui faites intégrer un groupe, une « society ».

Gentleman Society est une déclaration de vivre ensemble à l'intention des hommes et des femmes. Chacun a son style et son identité, affirme sa singularité. Le parfum déclenche cette envie d'être qui on est, souligne chaque personnalité un peu underground, mais totalement communautaire. C'est ce qui fait qu'on y revient, qu'on le porte.

Qui a composé cette fragrance ?

Elle est signée Maïa Lernout et Karine Dubreuil. Ce parfum est à la fois identitaire et atypique, avec sa dualité fleurs-bois. S'il est aromatique et fusant à la première inspiration, on est ensuite surpris par son accord chaleureux de narcisse et d'iris, qui lui fournit son caractère vraiment unique, et son fond de quatre vétivers qui rappellent de manière originale les quatre G, emblèmes de la Maison. Ces accords le rendent street et sophistiqué, ce qui est cohérent, là encore, avec nos valeurs.

ÇA SENT *le printemps !*

Par **Catherine Jazdzewski**

Une petite brise souffle dans l'air et pousse les parfumeurs à tailler leurs fleurs avec une fantaisie de saison.



Plus que jamais, les parfums sont faits pour habiller. Ce sont des vestiaires olfactifs tels que les aime Francis Kurkdjian, qui a détourné la rose au masculin. D'autres les assemblent en stylistes, valorisant leur velouté. Jean Jacques, le nez de la Maison Caron, crée une incroyable émotion en mettant en flacon la fleur d'acajou du Mozambique autour du jasmin. Celui-ci, comme la fleur d'oranger ou le frangipanier, est à l'honneur pour sa luminosité, sa chaleur. Les prémices de belles saisons très florales...

1. *Belle de Niassa*, 245 € les 100 ml, **Caron**.
2. *Irrésistible Rose Velvet*, 126 € les 80 ml, **Givenchy**.
3. *Electric Cherry*, 190 € les 30 ml, **Tom Ford**.
4. *Libre*, 136 € les 100 ml, **Yves Saint Laurent**.
5. *Signature Absolue*, 112 € les 90 ml, **Montblanc**, exclu Nocibé.
6. *Rose Passion*, 124 € les 100 ml, **Jimmy Choo**, exclu Sephora.
7. *L'Homme à la Rose*, 195 € les 70 ml, **Maison Francis Kurkdjian**.
8. *Neroli Nasimba*, 185 € les 100 ml, **Maison Crivelli**.

L'ivresse DES SOMMETS

Par Catherine Jazdzewski

Moncler célèbre sa passion de la conquête des sommets avec une collection luxueuse de parfums construite autour du bois. Une palette d'émotions et de sensations évocatrices d'une nature brute et majestueuse. Et c'est vraiment bien senti !

F

abrice Pellegrin, Nathalie Lorson, Daniela Andrier, Antoine Maisondieu et Ane Ayo... Moncler a demandé à ces cinq talentueux parfumeurs de mettre en notes sa passion de l'altitude. La griffe évoque ainsi ses origines, cette époque où les plus aventureux alpinistes partaient à la conquête des cimes, ouvraient des voies, passaient les cols seulement protégés par leur courage et leur équipement créé par la Maison alpine. D'où le nom de la collection : *Les Sommets*. Découvrir ces cinq fragrances, c'est, comme pour les premiers de cordée, se sentir en osmose avec une nature brute et authentique.

Avec son bois de vétiver d'Haïti délicatement fumé, **LE BOIS GLACÉ** a l'audace de l'expression « *sous le feu, la glace* ». **LES ROCHES NOIRES**, quintessence de patchouli d'Indonésie, a la brillance des plaines de neige sous la lune. **LE SOLSTICE**, frais, poudré d'iris et de bois de santal, évoque le réconfort, la chaleur d'un chalet d'altitude où l'on trouve refuge pour la nuit. Bois blonds d'altitude, **HAUTE MONTAGNE** incarne l'émotion que l'on éprouve au cœur de cette nature spectaculaire. Quant à **LA CORDÉE**, elle porte bien son nom avec sa verticalité de cyprès, thé noir et bergamote.

Enfin, parce qu'aujourd'hui Moncler est synonyme d'un style de vie urbain et sophistiqué, la Maison propose sa signature olfactive boisée dans un parfum d'intérieur et une bougie parfumée, **LE CÈDRE BLEU**.



190 € les 100 ml, 280 € les 200 ml
pour chaque eau de parfum.
110 € le parfum d'intérieur.
80 € la bougie.
moncler.com

*«Terre Blanche,
votre oasis en Provence»*

Vivez une expérience unique, mêlant bien-être et art de vivre,
au coeur d'une nature préservée.



TERRE BLANCHE HOTEL SPA GOLF RESORT *****

3100 Route de Bagnols-en-Forêt 83440 Tourrettes | Provence-Alpes-Côte d'Azur | France

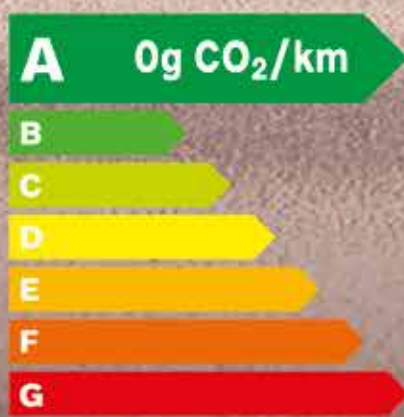
T : + 33 (0)4 94 39 90 00 | www.terre-blanche.com

35 minutes de Cannes | 45 minutes de Nice

V O L V O

JE SUIS LE
NOUVEAU VOLVO EX90.
JE SUIS LA SÉCURITÉ INCARNÉE.

Avec mes nouveaux systèmes de sécurité avancés, ma motorisation 100 % électrique efficiente et mon habitacle premium 7 places, j'ai l'ambition de faire basculer Volvo dans une toute nouvelle ère.



Cycle mixte WLTP Volvo EX90 Recharge Twin Ultra :

Consommation (kWh/100km) : 20.7 - 21.9 – CO2 en phase de roulage (g/km): 0.

Modèle présenté avec options.

Valeurs données avec jantes de série, hors options et accessoires qui peuvent varier selon la conduite et l'environnement.

Données en cours d'homologation.

RCS PARIS B 330 634 2 77

Au quotidien, prenez les transports en commun. #SeDéplacerMoinsPolluer



WWW.ACTENA.FR

ACTENA
AUTOMOBILES

75 PARIS 16	01 44 30 82 30
92 NEUILLY	01 46 43 14 40
92 NANTERRE	01 47 21 10 07
92 LA GARENNE	01 56 47 06 60
78 PORT MARLY	01 39 17 12 00
78 MAUREPAS	01 30 50 67 00
78 BUCHELAY	01 34 79 92 92

56, AVENUE DE VERSAILLES
58, AVENUE CHARLES DE GAULLE
53 AVENUE DU MARECHAL JOFFRE
86, AVENUE DE L'EUROPE
8, ROUTE DE ST GERMAIN
ZA PARIWEST - 8, RUE ALFRED KASTLER
ZI LES CLOSEAUX - 1, RUE DES GAMELINES

PRIOD

©VICTORPARIS

SERVICE VENTE AUX DIPLOMATES ET EXPAT : 01 44 30 82 21

À quoi ressemble LE VOYAGE DE 2023 ?

Entretien **Raphaël Turcat**

Inflation galopante, circuits écoresponsables, *revenge travel*, destinations culturelles : Matthieu Mariotti, directeur de la production chez Kuoni, analyse les grandes tendances du voyage à moins de trois heures de la France.



Je suis quelqu'un qui voyage beaucoup, mais, cet été, j'ai très envie de louer une bastide en Ardèche. Suis-je dans la tendance ?

Vous l'auriez été en 2020 et en 2021, mais plus du tout en 2023. Depuis la fin des confinements et la réouverture des frontières, on assiste à une explosion des voyages hors de France – on parle même de *revenge travel* pour expliquer ce phénomène qui pousse les gens à survoyager après en avoir été empêchés. Aujourd'hui, les deux destinations les plus réclamées sont les Pouilles et Minorque, l'île des Baléares. En Italie, hormis les Pouilles, la Calabre, la Sardaigne, la Sicile et l'île de Pantelleria – à mi-chemin entre la Sicile et la Tunisie – se taillent aussi un gros succès.

Avec le réchauffement climatique, le nord de l'Europe a-t-il la cote ?

Oui, la demande est exponentielle, notamment pour l'Écosse, où nous organisons entre autres des autotours. L'Irlande, notamment la capitale Dublin, est également très recherchée, mais comme 30 % des structures hôtelières sont réservées aux réfugiés ukrainiens, les places se font plus rares. Mais notre destination du nord de l'Europe la plus réclamée en été, c'est la Norvège : des côtes jusqu'à l'intérieur des terres, tout y est époustouflant. En hiver, la Finlande reste la star avec les aurores boréales, les balades en traîneau, le pays du père Noël...

La forte inflation que nous subissons actuellement va-t-elle changer nos habitudes ?

Concernant Kuoni, qui est un voyageur plutôt haut de gamme, je répondrai par la négative. Nous avons créé plusieurs marques – Donatello pour l'Italie, Scanditours pour la Scandinavie, Celtictours pour les pays celtes, Vacances Fabuleuses pour les États-Unis, Les Ateliers du Voyage pour les circuits sur mesure – qui nous permettent de proposer des offres très ciblées et premium. Raison pour laquelle notre panier moyen est en forte hausse. Cela dit, je constate que les gens restent plus longtemps sur place là où, avant la période d'inflation, ils s'octroyaient des séjours plus courts et, souvent, une deuxième destination pendant l'été. Autre tendance : voyager avec un budget maîtrisé, sans dépenses supplémentaires par rapport à ce qui a été prévu. Ce désir a fait exploser le *all inclusive* : par exemple, nous remarquons une forte demande pour nos croisières sur le Nil où tout est compris dès le départ, des cafés aux pourboires, du vin aux visites privées.

Quelles sont les destinations qui ont le moins bien rebondi après la crise sanitaire ?

Même si cela marche toujours, le Maroc et Marrakech ont moins la cote, du fait d'une politique pas toujours très lisible pendant le Covid. Du coup, nos offres luxe incontournables, comme La Mamounia et Royal Mansour, sont reparties à la hausse, mais pas les destinations plus tendance, comme les spots de surf sur la côte atlantique.

Quelles sont les destinations favorites des Français à moins de trois heures de leur pays ?

Chez Kuoni, on observe cette année une hausse de 70 % concernant la Grèce avec, loin devant, la Crète, bien desservie par les aéroports d'Héraklion Níkos-Kazantzákis et de La Canée. Les offres de combinés d'îles marchent aussi très fort : Amorgos, Paros, les îles secondaires... et pas seulement Mykonos ou les îles très connues.

Avez-vous noté un intérêt plus fort pour les destinations culturelles ?

Le voyage culturel a toujours été l'un des points forts chez Kuoni. Et en Europe, il y a de quoi faire sur ce terrain. Ce que l'on note, c'est la demande croissante de circuits avec des guides privés. J'en veux pour preuve les très bons retours client sur la Campanie, où les guides sont particulièrement amoureux de leur région, et donc fins connaisseurs. Idem pour des destinations comme Rome ou Abou Simbel, en Égypte.

Les destinations à connotation écoresponsable sont-elles aussi à la mode ?

Tout est relatif, car beaucoup de voyages sont décidés en fonction du prix et, pour la plupart des destinations, l'avion fait figure de passage obligé. Très peu de nos clients sont prêts à prendre le train pour se rendre à Rome ou à Venise – je ne parle pas de l'Orient-Express, qui est un train hors normes. Les voyageurs sont-ils prêts à sacrifier des journées de voyage dans un wagon et à dormir dans une couchette ? Poser la question, c'est y répondre en partie.



La Norvège, destination star avec le réchauffement climatique



La Crète et la Grèce, passages obligés pour tout voyageur européen



Les destinations culturelles, comme Abu Simbel, ont une grosse cote

LE BOOM DU *voyage sur mesure*

Par Raphaël Turcat

Les voyages personnalisés ont le vent en poupe. Destinations merveilleuses, relais locaux cinq étoiles, demandes extravagantes. Bienvenue dans le quotidien d'une agence spécialisée dans ce domaine, Continents Insolites.

Rue Sainte-Anne à Paris. Claire Acker, responsable de l'agence Continents Insolites, s'installe dans un profond canapé à côté d'un couple qui projette un voyage de noces taillé sur mesure. Avant de dévoiler ses propositions, elle va longuement s'entretenir avec l'homme et la femme pour connaître leurs envies profondes. « *Notre travail repose beaucoup sur l'écoute et la psychologie* », explique-t-elle alors qu'elle convient avec ses futurs clients d'un autre rendez-vous où elle présentera le résultat du brainstorming entre les six travel designers de l'antenne parisienne. « *C'est assez amusant, car nous suivons parfois les familles sur toute une vie. Ça commence par le voyage de noces, puis un autre avec des enfants en bas âge, quelques années plus tard avec les ados. Et quand les enfants partent du nid, ce sont les voyages entre couples de copains qui prennent le relais.* » Parfois, l'histoire est moins heureuse, comme cet homme dont le couple vacille et qui vient la voir pour organiser le « *voyage de la dernière chance* ». « *Dans ce genre de cas, j'essaie de comprendre leurs envies communes, de trouver de la douceur et une chambre avec une certaine intimité pour chacun. Pour le coup, je leur ai organisé un trip plongée à Bali dans un hôtel où ils pouvaient faire lit à part.* » L'histoire illustre bien l'esprit de l'entreprise : se plier en quatre pour proposer un projet qui colle au mieux à la problématique de leurs clients. De temps à autre, l'expérience vire à l'étrange, comme cette femme d'un certain âge qui a demandé à l'agence de tester les cabines et le service de plusieurs navires long courrier pour s'y installer à vie quand son mari décèdera.

Les voyageurs des 70's

Continents Insolites, qui gère des agences à Paris, Lyon et Bruxelles, est né à la fin des années 1970 quand une poignée de baroudeurs se retrouvent pour parler aventure. Les réunions prennent des allures de grands récits de voyage illustrés, à tel point que l'un des protagonistes, Paul van der Belen, fonde une association de grands voyageurs, Continents Insolites. L'idée consiste à organiser des voyages permettant de rencontrer les populations locales. Au début des années 1990, l'asso mute en tour-opérateur privé et devient une pro du voyage personnalisé. Étonnant : la scénarisation des périples provient en partie d'ingénieurs, d'anthropologues ou de réfugiés politiques qui apportent leur savoir et leur expérience dans le panier du voyageur.

Aujourd'hui, Continents Insolites reste une agence de voyages extraordinaires à taille humaine qui attire capitaines d'industrie, gros entrepreneurs, as de la finance et professions indépendantes aux agendas surchargés. « *Ce qui nous est le plus réclamé, ce sont les tours du monde* », avoue Claire Acker qui a vu la demande s'intensifier depuis la fin de la pandémie : tour du monde des paysages extrêmes, urbain, épicurien, des cinq éléments... Il s'agit généralement de pérégrinations de deux à six mois et, parfois, d'un an. Se met alors en place une relation entre les voyageurs et les travel designers, recrutés pour leur connaissance du terrain plus que pour leur diplôme dans le tourisme, avec des échanges par mail, WhatsApp, téléphone. « *On reçoit beaucoup de photos de leur part, on les rassure sur les guides que nous avons choisis et on garde une ligne d'urgence en cas de problème imprévu* », explique la responsable.

Le boulot des travel designers

Apprendre à faire du surf à Hawaï, visiter San Francisco avec les sapeurs-pompiers, partir à l'assaut du canyon du Cuivre à bord du train Chihuahua el Pacifico... Dans le catalogue de Continents Insolites, les idées foisonnent, mais, en matière de terres inconnues, certaines conservent une cote toujours au top, comme le Japon ou l'Indonésie. D'autres connaissent une grosse expansion comme la Scandinavie, d'autres encore prennent un coup de hype soudain, comme l'Ouganda après un reportage télé sur les gorilles de montagne. Les travel designers doivent alors s'adapter, développer des réseaux locaux (guide, « ami local » avec qui prendre un café, expatrié avec qui partager un dîner...), se tenir au courant des innovations, imaginer des surprises sur place, nommer un « ange gardien » dédié au bien-être du voyageur... Parfois, la demande est telle qu'il faut longtemps brainstormer pour être à la hauteur de la demande, comme ce couple qui a décidé de passer un mois sur le continent africain pour son voyage de noces. Budget de l'escapade : 250 000 €. Et si la requête est trop complexe à réaliser pour cause de logistique ou de sécurité, Continents Insolites propose des alternatives qui tenteront de combler les attentes des commanditaires. « *Si vous me demandez par exemple de vous organiser un dîner dans le désert au nord du Mali avec un chef trois étoiles, je sais que ce ne sera pas possible. Je vous proposerai à la place un dîner réalisé par le commis du chef en question ou par un chef une ou deux étoiles dans le désert d'Oman.* » Au fait, le « *voyage de la dernière chance* » cité plus haut a porté ses fruits : le couple s'est rabiboché et, depuis, s'est offert un deuxième voyage de noces.

continents-insolites.com

En matière de terre inconnue, le Japon conserve une cote toujours au top

Il y a tant de mondes à voir.



Afrique, Amériques, Asie, Europe...

Fin connaisseur de près de 80 destinations, depuis plus d'un siècle, Kuoni sélectionne pour vous les plus belles adresses et les plus beaux itinéraires. Préparez et réservez votre voyage sur Kuoni.fr ou dans toutes les bonnes agences de voyage.

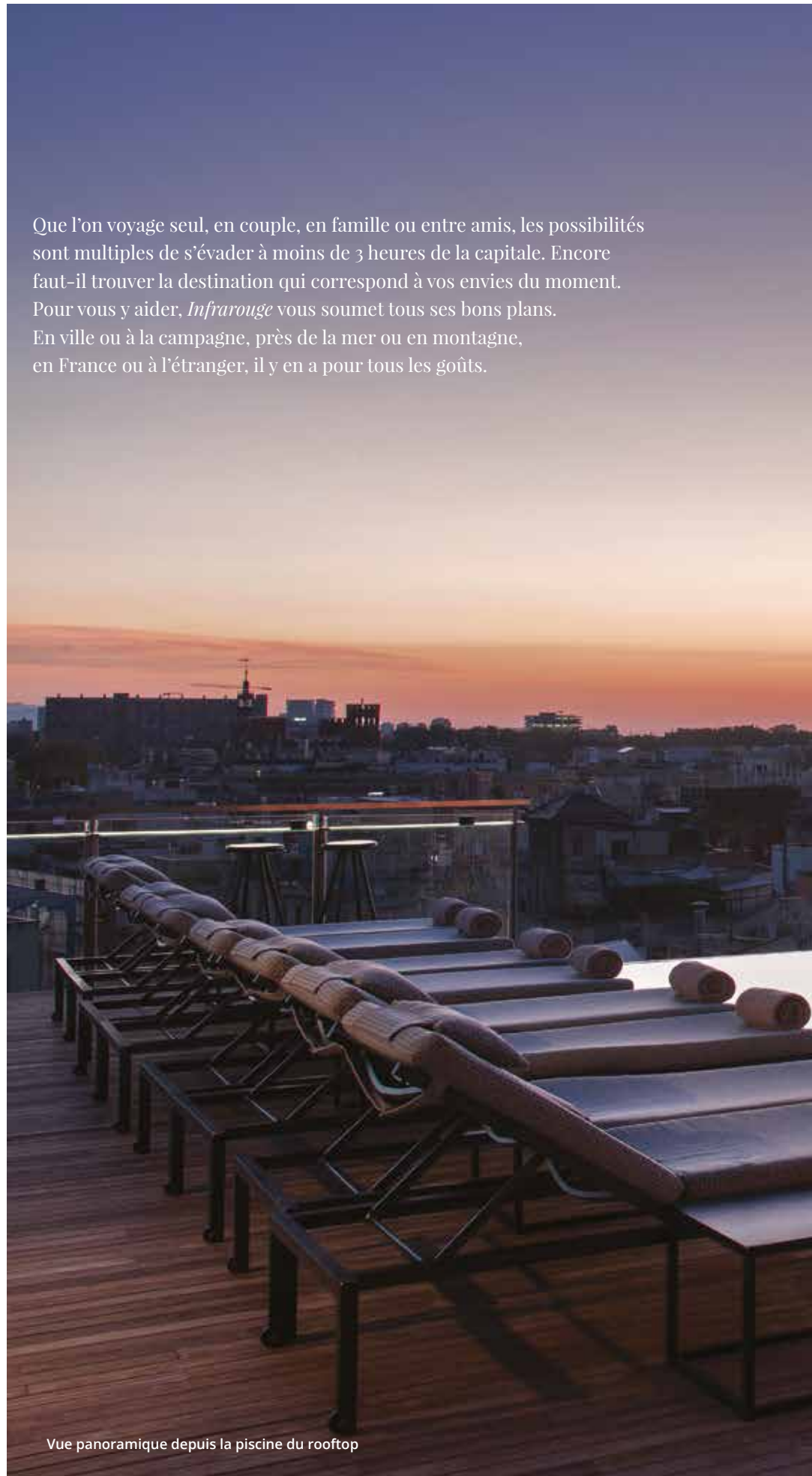
kuoni.fr

KUONI
DEPUIS 1906

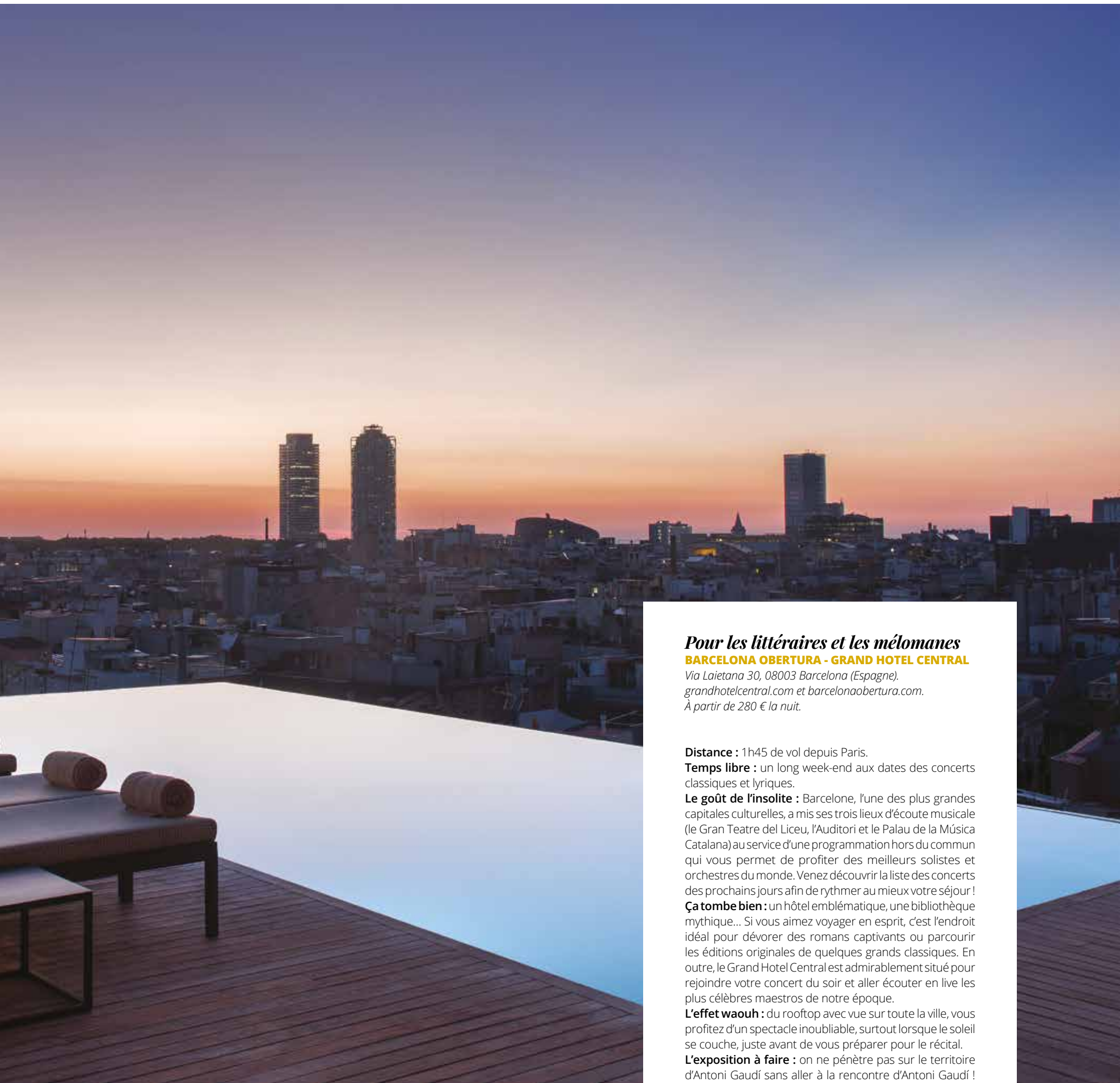
Grands week-ends À MOINS DE 3 HEURES DE PARIS

Par **la Rédaction**

Que l'on voyage seul, en couple, en famille ou entre amis, les possibilités sont multiples de s'évader à moins de 3 heures de la capitale. Encore faut-il trouver la destination qui correspond à vos envies du moment. Pour vous y aider, *Infrarouge* vous soumet tous ses bons plans. En ville ou à la campagne, près de la mer ou en montagne, en France ou à l'étranger, il y en a pour tous les goûts.



Vue panoramique depuis la piscine du rooftop



Pour les littéraires et les mélomanes

BARCELONA OBERTURA - GRAND HOTEL CENTRAL

Via Laietana 30, 08003 Barcelona (Espagne).

grandhotelcentral.com et barcelonaobertura.com.

À partir de 280 € la nuit.

Distance : 1h45 de vol depuis Paris.

Temps libre : un long week-end aux dates des concerts classiques et lyriques.

Le goût de l'insolite : Barcelone, l'une des plus grandes capitales culturelles, a mis ses trois lieux d'écoute musicale (le Gran Teatre del Liceu, l'Auditori et le Palau de la Música Catalana) au service d'une programmation hors du commun qui vous permet de profiter des meilleurs solistes et orchestres du monde. Venez découvrir la liste des concerts des prochains jours afin de rythmer au mieux votre séjour !

Ça tombe bien : un hôtel emblématique, une bibliothèque mythique... Si vous aimez voyager en esprit, c'est l'endroit idéal pour dévorer des romans captivants ou parcourir les éditions originales de quelques grands classiques. En outre, le Grand Hotel Central est admirablement situé pour rejoindre votre concert du soir et aller écouter en live les plus célèbres maestros de notre époque.

L'effet waouh : du rooftop avec vue sur toute la ville, vous profitez d'un spectacle inoubliable, surtout lorsque le soleil se couche, juste avant de vous préparer pour le récital.

L'exposition à faire : on ne pénètre pas sur le territoire d'Antoni Gaudí sans aller à la rencontre d'Antoni Gaudí ! Optez pour une balade au fameux Parque Güell, la visite de la Sagrada Família (qui n'aura jamais été aussi aboutie qu'aujourd'hui) ou encore celle de la Casa Batlló, afin de saisir l'essence des chefs-d'œuvre du génial architecte.

Le centre de la célébration

NOBU MARRAKECH

Avenue Echouhada et rue du Temple, 40000 Marrakech (Maroc).
marrakech.nobuhotels.com. À partir de 360 € la nuit.

Distance : 3 heures de vol depuis Paris.

Temps libre : celui qu'il vous faut pour vous détendre et faire la fête, et rien d'autre.

Situation géographique : au Triangle d'or, dans le quartier de l'Hivernage.

Ce qu'on aime : ne plus avoir la notion du temps, entre la musique, la cuisine du chef Nobu Matsuhisa et tous les soins proposés.

Le goût de l'insolite : le plus grand et beau spa du groupe Nobu, offrant des soins en suite ou sur place, pour découvrir le zen à la japonaise ou se plonger dans le savoir-faire marocain.

La table : évidemment, les talents du chef Nobu se déclinent à toutes les sauces dans l'hôtel, du restaurant au bar-lounge et au rooftop, et même jusque dans votre chambre !

A Star is (re)born

CARLTON CANNES

58, boulevard de la Croisette, 06400 Cannes. carltoncannes.com
À partir de 450 € la nuit.

Distance : 1h30 de vol depuis Paris.

Temps libre : pendant le Festival.

Le goût de l'insolite : Le Carlton, surnommé la « Grande Dame » de la Croisette, renaît après une rénovation de luxe effectuée par les meilleurs artisans de la région. Le symbole cannois par excellence est prêt à vous déployer son tapis rouge pour une nouvelle saison où vous vous sentirez choyé dans une ambiance festive digne de Gatsby !

Les films à voir : amis cinéphiles, il est temps d'embarquer pour la ville du cinéma et de vous installer confortablement pour découvrir avant tout le monde les films de l'édition 2023.

L'objet qu'on emporte : sa plus belle tenue de soirée, car on ne sait jamais où la nuit peut vous emmener dans la ville du cinéma...

Swell and well

FAIRMONT TAGHAZOUT BAY

Station touristique Taghazout Bay, km 17, route d'Essaouira,
80750 Taghazout (Maroc). fairmont.com. À partir de 260 € la nuit.

Distance : environ 3 heures en avion depuis Paris, direction Agadir.

Temps libre : un week-end prolongé au mois de mai.

Situation géographique : une route longeant la côte, à 30 minutes du centre d'Agadir.

On y va pour : le bord de mer, le surf, le yoga et la détente.

L'effet waouh : le spa miraculeux où l'on retrouve tous les soins marocains pour un instant de détente hors du temps, ou encore un cours de yoga dans un cadre bucolique.

Le goût de l'insolite : bar à gin ou bar à jazz, à chacun sa soirée pour jaser jusqu'à pas d'heure.



Hacienda Las Alcabalas



Hacienda Las Alcabalas

Toi, ma belle Andalouse

HACIENDA LAS ALCABALAS

Carretera, Calle Coripe, km 8, 41530 Morón de la Frontera (Espagne).
hacienda-lasalcabalas.com. À partir de 110 € la nuit.

Distance : environ 2 heures d'avion depuis Paris jusqu'à Séville, puis une petite heure de voiture.

Temps libre : un long week-end pour faire durer le plaisir sous le soleil chaud.

On y va pour : découvrir une hacienda reprise par des cavaliers professionnels. On se plonge tout entier dans leur univers afin de découvrir le plaisir d'une belle architecture, au milieu d'un terrain agricole jalonné d'oliviers.

Le goût de l'insolite : la chapelle à laquelle le couple a redonné vie, un élément datant du XVII^e siècle.

Le livre qu'on emporte : *Carmen* de Prosper Mérimée, pour un ancrage andalou.

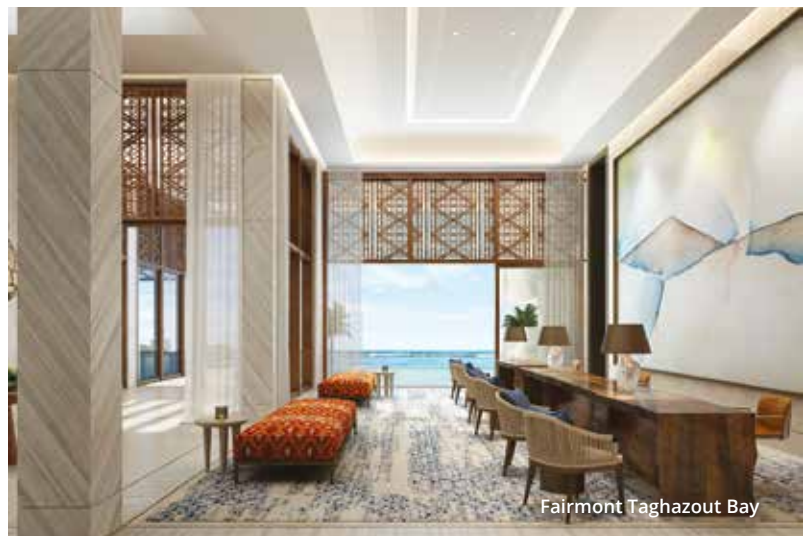


Nobu Marrakech



© Michael Tompfo

Carlton Cannes



Fairmont Taghazout Bay



La croisée des cultures

RADISSON COLLECTION HOTEL, GRAN VÍA BILBAO

Gran Vía de Don Diego López de Haro 4, 48001 Bilbao (Espagne).
radissonhotels.com. À partir de 130 € la nuit.

Distance : 1h30 de Paris en avion.

Temps libre : à 10 minutes du musée Guggenheim.

Le goût de l'insolite : le musée emblématique du réseau Guggenheim, construit par la folle plume architecturale de Frank Gehry, expose des œuvres venues du monde entier. Rendez-vous en Autriche durant la Sécession viennoise aux côtés d'Oskar Kokoschka, dans le Paris de l'entre-deux-guerres avec Joan Miró et sa fascination pour l'art préhistorique, ou encore dans les récits visuels et poétiques de Lynette Yiadom-Boakye.

L'hôtel : et c'est encore mieux quand on peut aller se poser sur le rooftop du Radisson afin de siroter un cocktail avant d'aller dîner pour découvrir la cuisine fusion du chef, un nouveau voyage culturel qui allie le Japon avec la cuisine basque.



Comme un poisson dans l'eau

L'ESCALE ROYALE - LA SEQUANA

Port de plaisance Port-Îlon, chemin du Barrage, 78520 Saint-Martin-la-Garenne. lescaleroiyale.fr. À partir de 186 € la nuit.

Distance : 40 minutes en train depuis Paris.

Temps libre : un petit week-end.

On y va pour : être en amoureux, profiter d'une petite bulle au milieu de l'eau.

Le goût de l'insolite : avoir l'impression d'être Jésus marchant sur l'eau, il ne manque plus qu'à commander du vin pour remplacer les bouteilles d'eau et regarder un film en grand écran.

Les films à voir : *Le Chant du Loup*, *Titanic*, *Le Grand Bleu*, n'importe quelle œuvre célébrant le monde marin (on évitera bien sûr *Les Dents de la mer*).



Rien n'est fini, tout commence

HOTEL LA PALMA

Via Vittorio Emanuele 39, 80073 Capri (Italie). oetkercollection.com. À partir de 900 € la nuit.

Distance : 2 heures de vol depuis Paris pour Naples, ensuite 45 minutes de ferry jusqu'à Capri.

Temps libre : cela dépend si c'est la ville de votre premier amour.

Situation géographique : en plein centre.

On y va pour : redécouvrir le premier hôtel de Capri (Locanda Pagano), créé en 1822. Celui-ci s'est mué tel un serpent en une sublime bâtisse qui va faire des jaloux.

L'effet waouh : la vue historique sur le tout-Capri, depuis le balcon de la chambre.

Le goût de l'insolite : à quelques minutes vers le sud de l'île, l'hôtel vous réserve son nouveau Beach Club ultrabranché où vous aurez la meilleure place face aux Faraglioni di Capri.

La table : si la gastronomie italienne est votre péché mignon, attendez de tester la carte du chef étoilé Gennaro Esposito, qui a décidé de retravailler la cuisine authentique des années 1950. *Mamma Mia!*

Croisière hors du temps

COMPAGNIE DU PONANT

Croisière Festival de Jazz en mer, de Venise à Civitavecchia (Rome). ponant.com. 4 270 € les 8 jours de croisière.

Distance : départ depuis Venise, à 1h30 de Paris en avion.

Temps libre : 8 jours.

Le goût de l'insolite : aussi musical, théâtral et impressionnant qu'un rugissement de l'Etna, le navire *Le Lyrial* vous attend afin de vous faire découvrir les lieux cultes de l'histoire européenne sous le prisme de la musique. Durant une semaine, profitez du All Star Quintet à bord pour accompagner votre escapade italienne des plus belles improvisations de jazz.

L'effet waouh : retrouvez sur votre chemin la grande lignée des lieux historiques d'Italie, en commençant par le Palais des Doges à Venise, la Maison d'Ancône où naquit le peintre Raphaël. Vivez l'expérience des fameux trulli d'Alberobello, découvrez La Valette, capitale classée au patrimoine de l'UNESCO, puis Catane, la ville sans cesse reconstruite, sans oublier une escale dans l'éternelle Rome après avoir débarqué au pied du fort Michelangelo.

Les films à voir : *La Dolce Vita* de Federico Fellini ou la *Grande Bellezza* de Paolo Sorrentino, car c'est à peu près ce qui vous attend.



Vie de bohème athénienne

SHILA

Mantzarou 10, 10672 Athènes (Grèce). shila-athens.com.
À partir de 320 € la nuit.

Distance : 3 heures de vol depuis Paris.

Temps libre : un week-end en mode escapade.

Situation géographique : dans le quartier de Kolonáki à Athènes, près de certains musées.

Ce qu'on aime : le côté bohème, poétique, unique, comme si on venait de quitter le décor d'une fugue amoureuse en pleine capitale grecque.

Le goût de l'insolite : développé et construit comme un hôtel particulier, c'est à la fois un lieu où dormir, où découvrir de jeunes artistes grecs, où l'on peut se rencontrer, mais également se retrouver. C'est un concept hospitalier à part entière, on se croirait presque devenu un héros romanesque.

C'est bon pour ma planète : une construction très soucieuse de son environnement, bâtie à partir de matériaux bruts, sourcée localement et privilégiant des tissus vintage, des productions familiales ainsi que des produits grecs piochés avec soin dans la région.





Orient-Express

Week-end à Rome, et plus si affinités

ORIENT-EXPRESS LA DOLCE VITA

*Départ en gare de Rome pour des escapades hors du temps (aller-retour).
orient-express.com. À partir de 2 000 € la nuit.*

Distance : 2 heures de Paris en avion, puis une escapade de 24 à 48 heures à bord du train pour découvrir monts et merveilles.

Temps libre : à votre convenance, puisque tous les chemins vous ramènent à Rome.

Situation géographique : du cœur d'une ville à une autre, le train est le meilleur moyen d'être aux premières loges de toute activité citadine.

Le goût de l'insolite : embarquez à Rome, réveillez-vous entre Venise, Portofino, Sienne, Matera ou Montalcino. Refermez les yeux et vous voici de retour dans la ville éternelle.

Le livre qu'on emporte : *Le Tour du monde en quatre-vingts jours* de Jules Verne.

Pour chanter là-haut sur la colline

HOTEL ET SPA JUMEIRAH PORT SÓLLER

*Carrer de Bèlgica s/n, 07108 Port de Sóller, Majorque (Espagne).
jumeirah.com. À partir de 300 € la nuit.*

Distance : 1h50 en avion depuis Paris.

Temps libre : un bon week-end.

Situation géographique : entre mer et montagne, à 30 minutes du centre-ville en voiture.

L'effet waouh : un spa perché aussi haut que *Le Voyageur contemplant une mer de nuages*, le tableau de Caspar David Friedrich.

Le goût de l'insolite : une vue à couper le souffle pour des nuits aussi belles que vos jours. Profitez d'une terrasse panoramique pour contempler la Méditerranée ou la profondeur des étoiles.

Le livre qu'on emporte : *Risibles Amours* de Milan Kundera, pour se rappeler qu'on a de la chance de pouvoir venir ici en amoureux.

Réserve naturelle

FAUSTINO GRAN RELAIS & CHÂTEAUX

*Carrer de Sa Muradeta 22, 07760 Ciutadella de Menorca (Espagne).
faustinogran.com. À partir de 200 € la nuit.*

Distance : 2 heures de vol depuis Paris.

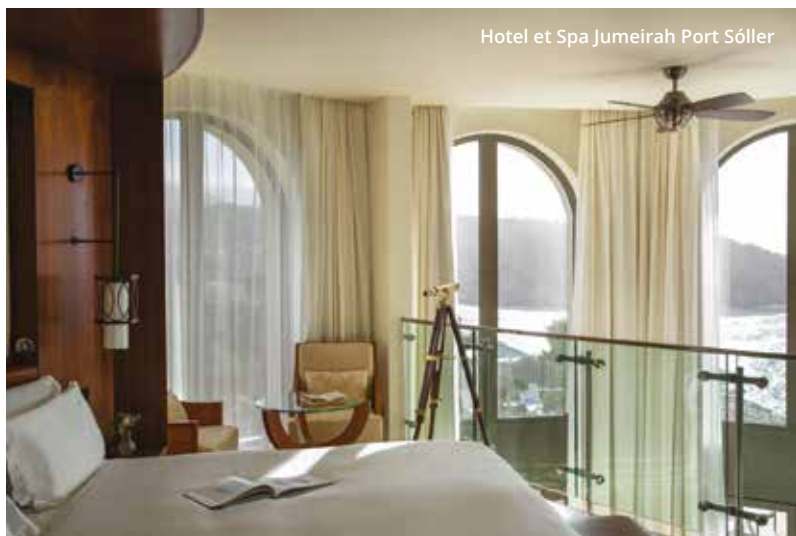
Temps libre : un long week-end hors saison pour profiter au mieux de la nature.

L'effet waouh : vivre l'expérience « Minorque », l'île des Baléares la plus sauvage, par le prisme de palais typiques.

Le goût de l'insolite : sur la terre ou sur la mer, l'expérience peut se vivre de plusieurs façons afin de vous acclimater à l'art de vivre à la minorquine. Partez en promenade pour découvrir les secrets bien gardés de l'île, à pied ou à bord des voiliers que propose l'hôtel. Le tout accompagné d'un bon pique-nique préparé avec les délicieux produits du potager de Casa de Pau.

La table : le tant envié jardin enchanté vous donne ce qu'il y a de meilleur, le tout cuisiné avec soin, de manière responsable et en respectant les circuits courts.

C'est bon pour ma planète : Minorque est également connue pour son artisanat. Allez donc faire un tour sur les sentiers battus, vous trouverez toujours un petit objet à ramener chez vous.

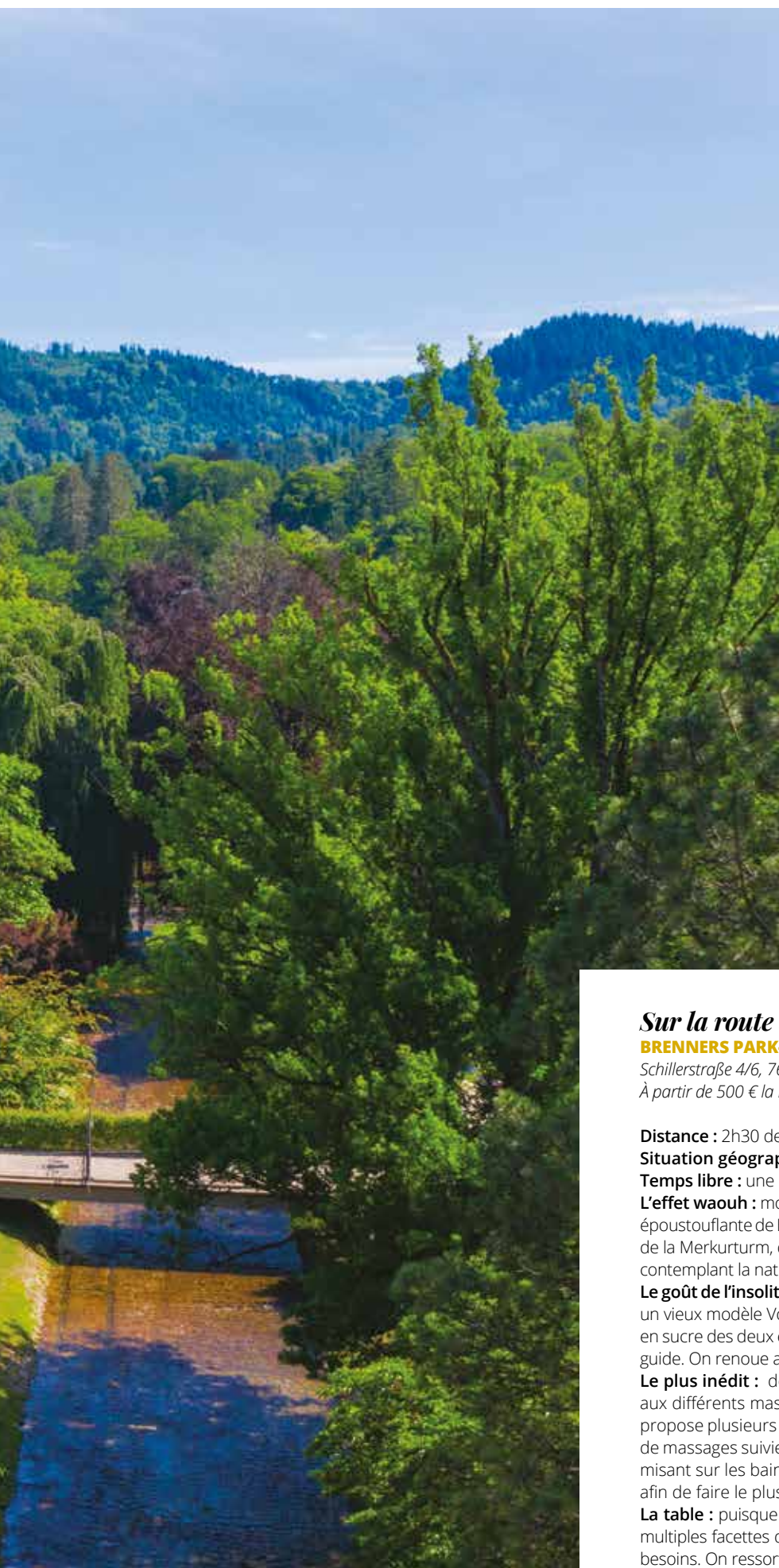


Hotel et Spa Jumeirah Port Sóller



Faustino Gran Relais & Châteaux





Sur la route des contes de Grimm

BRENNERS PARK-HOTEL & SPA

Schillerstraße 4/6, 76530 Baden-Baden (Allemagne). oetkercollection.com.

À partir de 500 € la nuit.

Distance : 2h30 de Paris en train.

Situation géographique : à 5 minutes du centre-ville, à la lisière de la Forêt-Noire.

Temps libre : une longue pause hors du temps pour renouer avec votre for intérieur.

L'effet waouh : montez dans le funiculaire MerkurBergbahn afin de vous retrouver face à une vue époustouflante de Baden-Baden. Et pour ceux qui n'ont vraiment pas le vertige, vous filez au sommet de la Merkurturn, qui trône en haut de la montagne. On se sent comme un oiseau en plein vol en contemplant la nature luxuriante des environs.

Le goût de l'insolite : découvrez le décor verdoyant de Hansel et Gretel assis confortablement dans un vieux modèle Volkswagen Beetle Herbie. Si vous ambitionnez de dénicher la maison en pain et en sucre des deux enfants abandonnés, sachez que des escapades en forêt sont possibles avec un guide. On renoue alors pleinement avec la nature.

Le plus inédit : de retour au Brenners Park-Hotel & Spa, détendez-vous en profondeur grâce aux différents massages, thérapies bien-être ou réflexologie proposés. Pour les indécis, l'hôtel propose plusieurs formules : par exemple, « Relaxation and Harmony », composée d'une session de massages suivie de deux dîners dans les restaurants de l'établissement, ou « Balance of Life », misant sur les bains, propres à la région, traitements, yoga, méditation ainsi qu'une randonnée afin de faire le plus de bien possible à son corps.

La table : puisque le concept est la reconnexion avec ses racines, il est possible de découvrir les multiples facettes de la gastronomie régionale tout en prenant une option nutritive adaptée à ses besoins. On ressort revigoré, frais et pimpant comme un brin d'herbe à la rosée du matin.



Mandarin Oriental, Costa Navarino

Vivons cachés, vivons heureux

MANDARIN ORIENTAL, COSTA NAVARINO

Navarino Bay, Costa Navarino, 24001 Pilos (Grèce). mandarinoriental.com.

À partir de 1 200 € la nuit.

Distance : 3 heures de vol depuis Paris jusqu'à Kalamata.

Temps libre : un long week-end, voire une petite semaine.

Le goût de l'insolite : si, pour vivre heureux, il faut vivre caché, alors on peut dire qu'ici, on est très très heureux ! Cet hôtel a été construit pour se fondre dans le paysage, permettre une immersion totale entre terre et mer afin de s'imprégner de la beauté naturelle de Messénie.

Les activités : pour les sportifs, vous profitez d'un terrain de golf et de cours de tennis. Surtout, vous avez de quoi vous adonner à la randonnée jusqu'à plus soif ou encore aux sports nautiques comme le kayak, le paddle et le ski nautique. Et pourquoi pas une sortie en voilier ou en yacht ?

C'est bon pour ma planète : l'établissement adopte une démarche écoresponsable pour préserver la beauté naturelle des alentours. Tout autour de vous, les plantes locales et les oliviers foisonnent et sont utilisés à bon escient par les chefs des cinq restaurants. L'âme grecque se retrouve dans les différentes spécialités proposées. En plus, l'endroit se situe non loin de la ville de Kalamata, connue dans le monde entier pour ses olives...

À la cool, Raoul

HOTEL PETUNIA IBIZA

Carrer de Sa Pala Marina, Sant Josep de sa Talaia, Cala Carbó, 07830 Ibiza

(Espagne). petuniaibiza.com. À partir de 330 € la nuit.

Distance : 2 heures de vol depuis Paris.

Temps libre : un long week-end en amoureux.

Le goût de l'insolite : si Ibiza est souvent synonyme de soirées à n'en plus finir et de foule en folie, il reste tout de même quelques coins champêtres à l'abri des regards indiscrets. Dans une atmosphère tout droit sortie du Hippy Market, de la maison de campagne de vos rêves et de la nature luxuriante, voici le petit boutique-hôtel pour être tranquilles en amoureux le temps d'un get-away, entre Es Vedrà et la mer.

Le plus pour les euphoriques de la nightlife : on n'oublie tout de même pas que c'est l'île des soirées et que Circoloco rouvre dès le premier lundi de mai...

La table : et après s'être déhanchés toute la nuit, on est de retour à l'hôtel pour déguster les quelques plats phares de l'île, bien au calme, loin des autres.

Les Portes de Fer à portée de main

RIVAGES DU MONDE

Croisière au fil du Danube, Budapest-Vienne. rivagesdumonde.fr.

2 995 € pour 12 jours de croisière.

Distance : départ depuis Bucarest, 3 heures en avion depuis Paris.

Temps libre : 12 jours afin de découvrir les 10 pays que traverse le Danube.

Le goût de l'insolite : partez à la rencontre des cultures et des traditions de l'Europe centrale en plongeant dans l'histoire de ce qu'était l'Empire austro-hongrois. Un passage par les fameuses Portes de Fer, qui séparent les Carpates des Balkans, est un passage obligé tant la traversée est impressionnante.

L'effet waouh : à chaque arrêt, retrouvez une spécialité de la région concoctée spécialement par Rivages du Monde, une immersion slave des plus pointues.

Le livre qu'on emporte : *La Métamorphose* de Franz Kafka, un écrivain culte né sous l'Empire austro-hongrois.

Whiplash marocain

RIAD MONCEAU MARRAKECH

63 Derb Jamaa, 40000 Marrakech (Maroc). riad-monceau.com.

À partir de 150 € la nuit.

Distance : 3 heures de vol depuis Paris.

Temps libre : un week-end qui peut s'étirer en un séjour plus généreux.

Situation géographique : à 2 minutes à pied de la place Jemaa el-Fna, impossible d'être plus central !

L'effet waouh : si tous les mets marocains vous font de l'œil, inscrivez-vous aux cours de cuisine MarrakChef et profitez d'être sur place pour en apprendre plus sur les recettes, en finissant évidemment par un petit soin au spa de l'hôtel.

Le goût de l'insolite : l'hôtel est « the place to be » pour ceux qui aiment écouter du jazz.

La table : on profite ici de deux chefs, et de deux restaurants. On se pose au rooftop La Pergola, qui vient d'être repris par le chef Abdel Alaoui, pour déguster des tapas marocains autour de délicieux cocktails ou on va s'asseoir au Bistro Arabe de Myriam Ettahri pour une bistronomie orientale.

L'épicentre de la culture

CONSERVATORIUM HOTEL

Paulus Potterstraat 50, 1071 DB Amsterdam (Pays-Bas).

conservatoriumhotel.com. À partir de 1 000€ la nuit.

Distance : environ 3 heures de train depuis Paris.

Temps libre : un petit week-end planant et dépaysant.

Situation géographique : dans le quartier des musées.

Le goût de l'insolite : les baignoires dans les suites. Vous prenez votre bain sous les combles pour un week-end 100 % détente.

La table : « les tables » plutôt ! Car, ici, on ne badine pas avec la nourriture. Après une étude quasi encyclopédique des plats les plus alléchants, le Conservatorium Hotel s'est hissé en haut de la scène culinaire amstellodamoise. Que ce soit la brasserie, le restaurant asiatique, le bar à musique, le lounge ou même le room service, les must-try et les best-of sont légions.



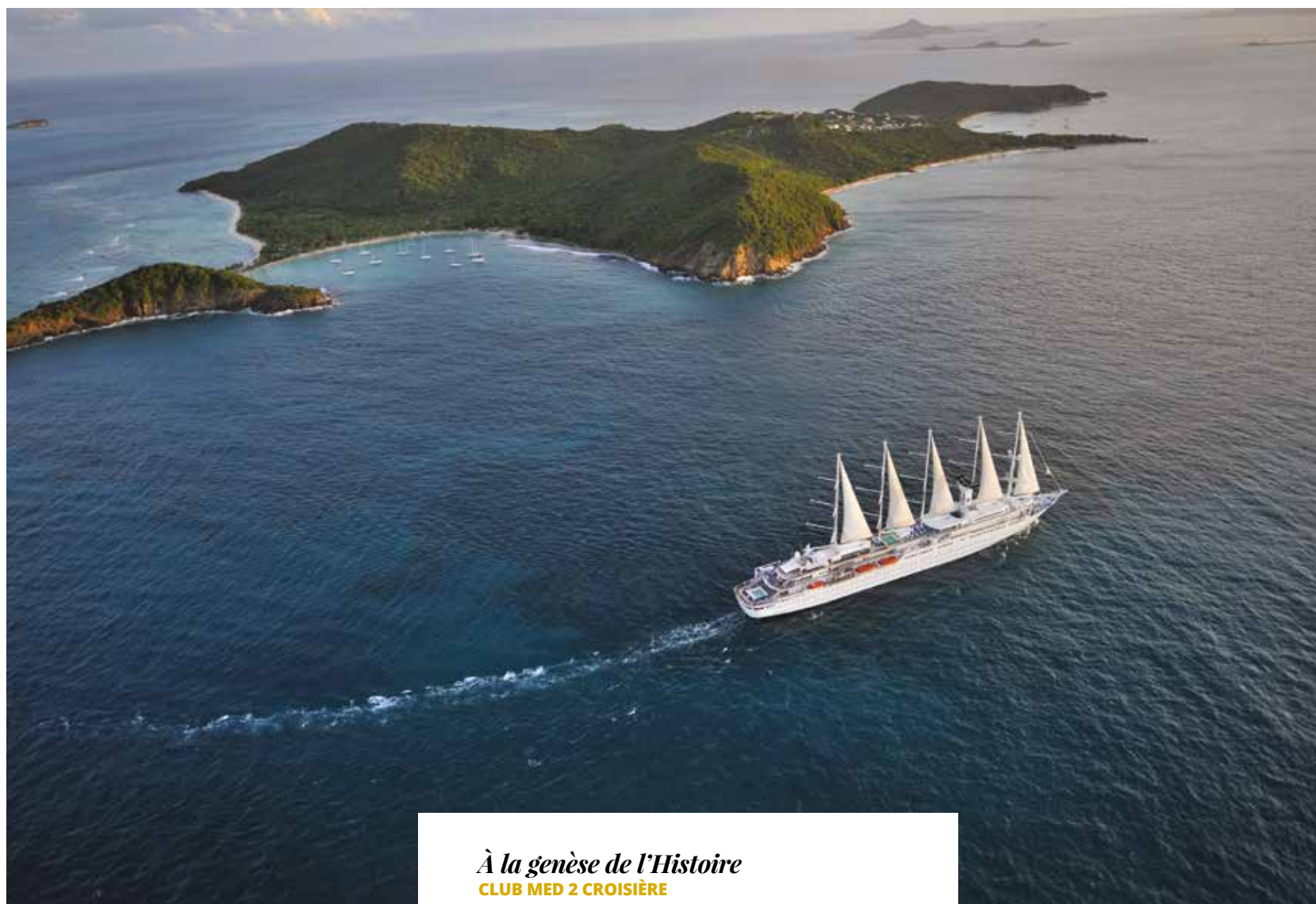
Hotel Petunia Ibiza



Rivages du Monde



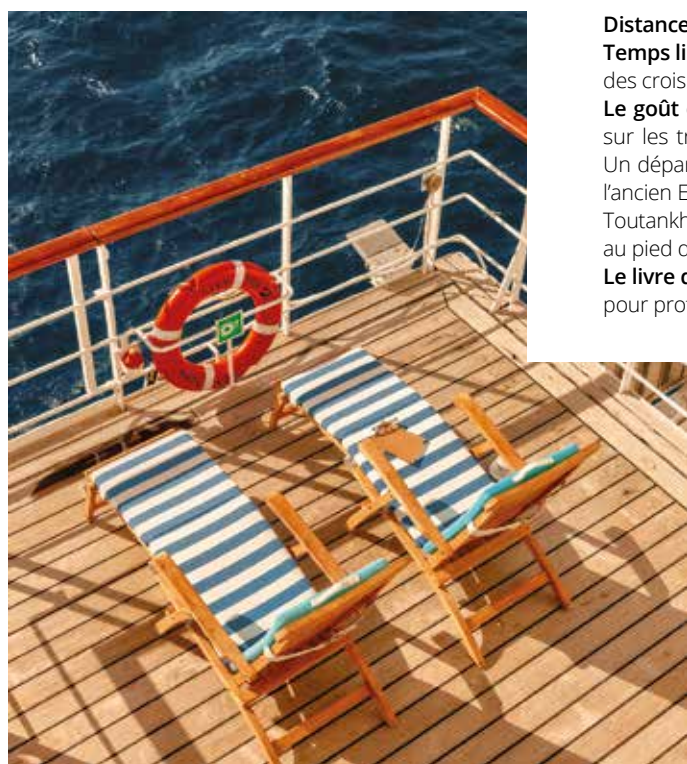
Riad Monceau Marrakech



À la genèse de l'Histoire

CLUB MED 2 CROISIÈRE

La nouvelle croisière inédite au départ de Nice.
clubmed.fr. 8 180 € pour 21 jours de croisière.



Distance : 1h30 de vol jusqu'à Nice depuis Paris.

Temps libre : pour les moins oisifs, Le Club Med propose des croisières à partir de 3 nuits en Méditerranée.

Le goût de l'insolite : un voyage qui remonte le temps, sur les traces des plus grandes civilisations humaines. Un départ depuis la France qui vous emmène découvrir l'ancien Empire ottoman et Israël, qui remonte les pas de Toutankhamon et Néfertiti pour finalement vous déposer au pied de l'Acropole, dans les empreintes d'Hérodote.

Le livre qu'on emporte : *Le Petit Prince* de Saint-Exupéry, pour profiter de cette curiosité constante.

ÎLE PRIVÉE

*JW Marriott Venice Resort & Spa
Isola Delle Rose Laguna Di,
30133 Venezia VE (Italie).*

Le meilleur endroit pour découvrir Venise de la manière la plus romantique qui soit. Sur une île privée, le JW Marriott propose des chambres et suites situées dans le bâtiment principal, avec une arrivée en bateau particulièrement glamour. Celles et ceux qui souhaitent davantage d'intimité peuvent opter pour l'une des résidences indépendantes, dotées chacune de leur propre jardin. Pour déjeuner ou dîner, vous avez le choix entre plusieurs restaurants, tous aussi chics et raffinés les uns que les autres. Ne manquez pas de faire halte au Dopolavoro Venezia, où le chef vous fera vivre une expérience gustative inoubliable autour d'une cuisine qui respecte l'amour profond du terroir.

Partir avec Kuoni Emotions
4 jours/3 nuits à partir de 1 350 €



BEACHCOMBER
RESORTS & HOTELS

The Art of Beautiful

Nos artisans nourrissent un parti pris radical : celui d'insuffler de la passion dans chacun de leurs gestes au quotidien. Nous vous souhaitons la bienvenue dans cet espace où la générosité de la nature n'a pour égale que celles des hommes qui l'habitent.

#IleMaurice
#BeachcomberExperience

www.beachcomber.com



COMMENT CONÇOIT-ON un hôtel de luxe ?

Par Raphaël Turcat

À la tête de MCM Architecture & Design, spécialisé entre autres dans l'hôtellerie de luxe, l'architecte portugais Miguel Câncio Martins rachète en 2016 un terrain à Comporta où il réalise un projet imaginé il y a 20 ans : la Quinta da Comporta. Interview cinq étoiles.

une sophistication extrême. C'est pourquoi je me tourne très souvent vers des cultures où l'artisanat est parfaitement maîtrisé, par exemple le Maroc, le Mexique, l'Inde et l'Indonésie.

Charlotte Perriand a expliqué qu'il faut au moins 80 m² pour qu'un être humain s'épanouisse. À partir de quelle superficie, selon vous, un voyageur se sent-il bien dans sa chambre d'hôtel ?

Je n'avais jamais réfléchi à cette question sous cet angle-là. J'ai beaucoup de respect pour ceux qui réfléchissent à l'économie d'espace dans un cadre restreint, comme les hôtels tokyoïtes, où les gens dorment dans des petits caissons, ou les bateaux, sur lesquels l'espace doit être optimisé. Personnellement, ce n'est pas mon truc. Lorsque j'ai les mains totalement libres ou presque, comme c'est le cas à la Quinta da Comporta, je conçois des chambres où je me sentirais bien moi-même, en l'occurrence des espaces qui vont de 40 à 80 m². Oui, pour moi, cette superficie est nécessaire pour qu'un voyageur se sente bien, en prenant en compte que l'on passe plus de temps dans une chambre d'hôtel que dans sa chambre personnelle.

Quelles sont les trois idées fortes quand on conçoit un hôtel de luxe ?

La première : s'accorder sur le message à faire passer. La deuxième : organiser le lieu pour que le client se sente roi. La troisième : respecter l'endroit où l'on met les pieds. Prenons l'exemple de la Quinta da Comporta. Au Portugal, la « quinta » est une ferme où l'on reçoit sa famille et ses amis, j'ai donc conçu l'hôtel autour de deux granges pour m'intégrer dans la réalité sociale du coin et faire comme une communauté entre les clients de l'hôtel et les gens qui habitent aux alentours. Ensuite, j'aime l'art de recevoir, je souhaite que les gens soient émerveillés tout en faisant du lieu leur propre maison. À Comporta, il est impossible de construire face à la mer, j'ai donc acheté un terrain sur les rizières, dont l'étendue a quelque

chose de similaire à l'océan, tout en misant sur la simplicité et le confort d'un restaurant avec une cheminée, des salons ouverts sur l'extérieur, un spa, une piscine – bref, un chez-soi avec une multitude d'options en plus. Enfin, je me suis senti redevable de Comporta, où je viens depuis mes 15 ans, en respectant le calme, en faisant travailler les artisans locaux. Comporta n'est pas une grande ville, ce qui a compliqué la construction. J'ai donc eu l'idée de créer un village où les 200 ouvriers ont pu vivre pendant les deux ans qu'a duré la construction.

Quelles sont les plus grosses contraintes quand on conçoit un hôtel de luxe ?

Le luxe est un concept très subjectif. Il ne se définit pas de la même façon lorsqu'on se trouve dans la modernité de Dubaï, le cosmopolitisme de Paris ou l'immensité de la Patagonie. Comporta est un endroit finalement assez spartiate, et cela ne rimait à rien d'y construire une tour incroyable ou une piste d'hélicoptère. Le luxe, ici, c'est l'harmonie avec la nature, faire profiter les gens qui y viennent de sa richesse. Nous avons par exemple créé une ligne de soins avec mon associée Marianne Brass, sur le modèle de ce que fait Caudalie avec les raisins, mais, comme nous sommes au milieu de rizières, nous avons remplacé le raisin par des grains de riz. Cette ligne de soins, qui s'appelle *Oryza Lab*, est l'une des choses dont je suis le plus fier.

Pouvez-vous nous citer trois hôtels de luxe dans le monde que vous trouvez particulièrement réussis ?

Las Ventanas al Paraíso en Basse-Californie (Mexique), avec cet accès à la mer, les jardins de sables, même si cela a été trop construit depuis que j'y suis allé. Je mettrai ensuite le Badrutt's Palace à Saint-Moritz, une institution où plusieurs générations de familles se retrouvent. Enfin, The Soho Hotel et Haymarket Hotel, à Londres : ils ont compris que la simplicité menait à la beauté. Et le service y est impeccable.
fr.quintadacomporta.com

Vous êtes réputé pour réaliser des hôtels de luxe un peu partout dans le monde. Comment définiriez-vous votre style ?

Je n'en ai pas, car je suis un caméléon, j'aime m'adapter au lieu, au client et au message que veut

transmettre l'établissement pour lequel je travaille. Certains créateurs comme Philippe Starck sont des génies dont on peut tout de suite reconnaître le style. Moi, je préfère étonner, surprendre en m'adaptant aux possibilités qui me sont offertes. Tenez, quel est le point commun entre le restaurant Cura de l'hôtel Four Seasons Ritz à Lisbonne, que j'ai conçu comme un petit écrin, et le restaurant Federico, toujours à Lisbonne, un ancien local à vin où j'ai fait creuser des caves et organisé l'espace autour d'un patio ?

Je dirai : la forte présence de matériaux traditionnels, comme le bois ?

Exact. J'ai un lien très étroit avec l'artisanat, je suis toujours admiratif du travail bien fait d'un menuisier ou d'un ébéniste, car certains d'entre eux arrivent à cette formule magique : faire de la simplicité



© Manolo Yllera



© Mireille Roobaert Photography



© Manolo Yllera

*« Le luxe est un concept très subjectif.
 Il ne se définit pas de la même façon
 lorsqu'on se trouve dans la modernité
 de Dubaï, le cosmopolitisme de Paris ou
 l'immensité de la Patagonie. »*



© Frédéric Ducout Photography

Nouvelle Audi Q8 e-tron, L'ART DU VOYAGE

Par **Henri Bonchat**

Avec cette Audi Q8 e-tron, modèle pionnier en 100 % électrique, le constructeur allemand incarne sa vision de l'électromobilité.



CHIFFRES CLÉS

Temps de recharge :
À partir de 31 minutes de 10 % à 80 %

Accélération :
5,6 secondes de 0 à 100 km/h

Autonomie :
Jusqu'à 532 km (version SUV) et 552 km (version Sportback)

Prix du modèle :
À partir de 86 700 €

Retrouvez toutes les infos concernant l'Audi Q8 e-tron sur [audi.fr](https://www.audi.fr)



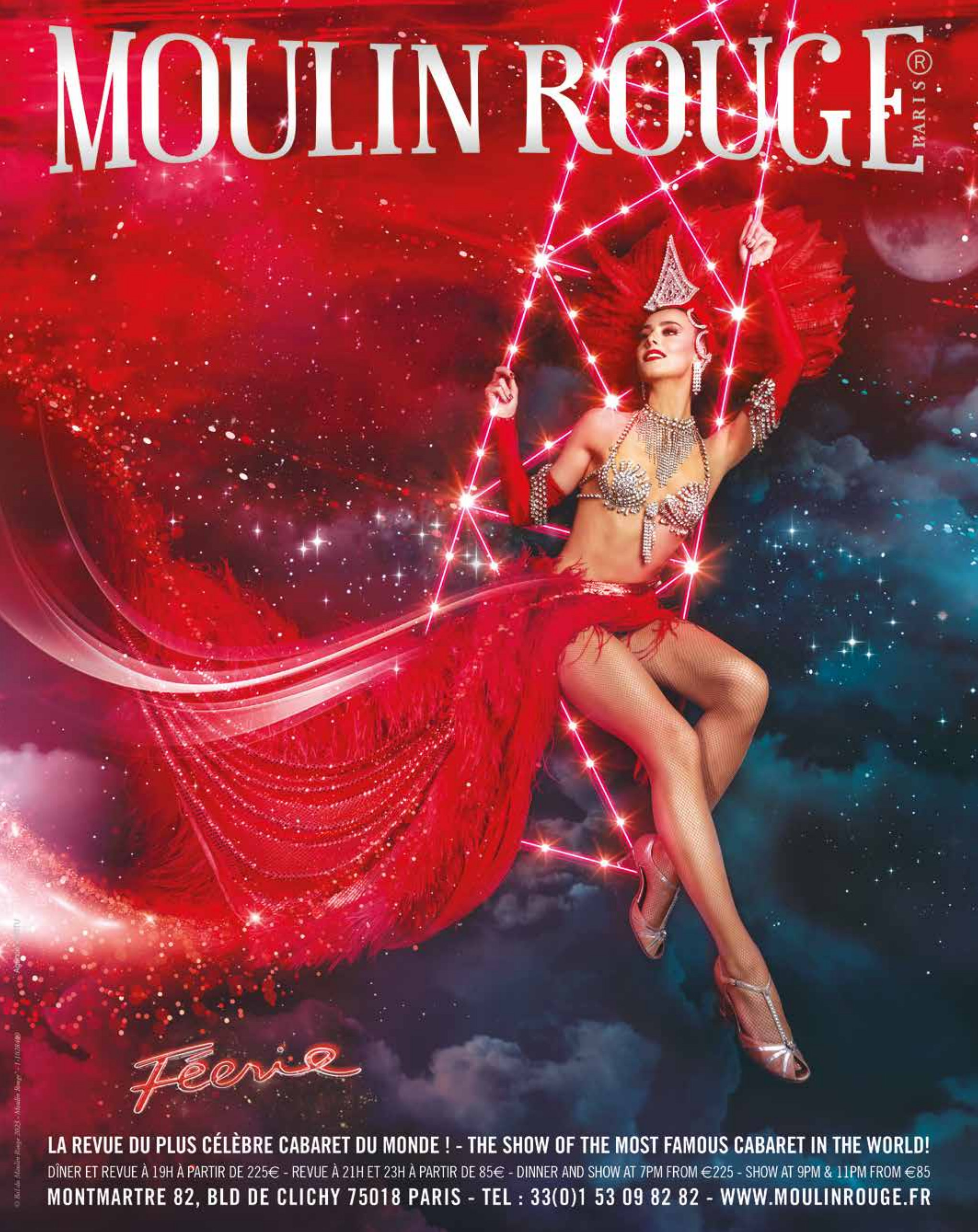
Avec une autonomie record de près de 550 km, l'Audi Q8 e-tron sort le grand jeu et sonne la relève en matière d'électromobilité, se positionnant clairement comme une vraie rivale face à ses luxueuses concurrentes allemandes.

Direction le Portugal, dans la région de Comporta, devenue l'eldorado des Robinsons chics, pour une traversée survoltée au volant de ce dynamique SUV. 1h30 de route, c'est le temps qu'il faut compter au départ de Lisbonne pour rejoindre Comporta en roulant à l'intérieur du pays. On peut aussi s'y rendre en longeant la côte et embarquer sur un ferry depuis Setúbal pour rallier le point d'arrivée sans se soucier de la recharge et profiter de paysages à couper le souffle.

On a apprécié sa ligne élégante et dynamique, son confort, ses performances et, bien sûr, son autonomie.



MOULIN ROUGE® PARIS



Féerie

LA REVUE DU PLUS CÉLÈBRE CABARET DU MONDE ! - THE SHOW OF THE MOST FAMOUS CABARET IN THE WORLD!
DÎNER ET REVUE À 19H À PARTIR DE 225€ - REVUE À 21H ET 23H À PARTIR DE 85€ - DINNER AND SHOW AT 7PM FROM €225 - SHOW AT 9PM & 11PM FROM €85
MONTMARTRE 82, BLD DE CLICHY 75018 PARIS - TEL : 33(0)1 53 09 82 82 - WWW.MOULINROUGE.FR

© Moulin Rouge 2023 - Moulin Rouge® - 11026490

Le cœur du Japon bat EN BRETAGNE

Par **Henri Bonchat**



IMA

10 000 kilomètres séparent le Japon de la Bretagne. Pourtant, les deux terres aux traditions ancestrales fourmillent de similitudes, et les grands chefs ne s'y sont pas trompés. Embarquez avec nous pour un road trip gastronomique en trois étapes aussi fascinantes que gourmandes. Et pour faire battre le cœur des « gastron'hommes », pas de samouraï ni de geisha envoûtante, mais une automobile à la fois raffinée et stylée, le Mazda CX-60 PHEV, hybride nippon que n'effraient pas les côtes sauvages entre Saint-Malo et Cancale.



© Vincent Huët

**« J'APPLIQUE UN SOURCING
POINTU À BASE DE
PRODUITS LOCAUX. »**

JULIEN LEMARIÉ



IMA, Julien Lemarié



© Vincent Huot



IMA, l'œuf nori et foin

**« QUAND JE ME COUCHE
À SAINT-MALO, LE SOLEIL
SE LÈVE AU JAPON. »**

BERTRAND LARCHER

E

t si la finalité de ce road trip était de vérifier de visu l'indéniable rapprochement entre le Japon et la Bretagne opéré depuis les années 1980 ?

Car, entre le pays du Soleil-Levant et celui du couchant, même si on ne se risquera pas à comparer le marché aux poissons de Toyosu aux halles de Lorient, il existe une sorte de parallèle fondamental qui met en lumière deux territoires marins aux paysages uniques, aux rites quasi mystiques et aux traditions érigées en cause régionale/nationale.

Arpenter les chemins de Bretagne, c'est bien sûr se confronter aux côtes fouettées par le vent. Et dans chaque port, vitrine de la navigation et des pêches traditionnelles, l'art d'accommoder la mer dans l'assiette reste vif, percutant, ciselé, épuré, qu'il s'agisse de poissons, de fruits de mer ou d'algues, avec cette singularité du sarrasin (« *soba* » en japonais, « *eddu* » en breton) qu'on retrouve dans les assiettes.

Étape 1 : RENNES CHEZ JULIEN LEMARIÉ

Le GPS indique la sortie prochaine, direction le centre, et plus précisément le numéro 20 du boulevard de la Tour d'Auvergne, là où s'est posé Julien Lemarié à la tête d'IMA. Julien a un palmarès long comme le bras – 1 étoile au Michelin en 2018 et 1 étoile verte en 2021 pour sa pratique durable en cuisine. Et une vraie passion pour le Japon depuis que Gordon Ramsay l'a envoyé à Tokyo pour l'ouverture de son restaurant Conrad, puis chez Troisgros, toujours à Tokyo.

De ce voyage, il revient fiancé avec une Japonaise et doté d'une véritable culture nipponne. Son crédo ? « *Le travail sur l'acidité, sur le piquant, mais aussi celui autour du barbecue et du poisson bleu.* » Parmi ses plats signatures que l'on retrouve souvent : l'œuf nori et foin ou encore, en dessert, la variation finale autour du riz torréfié.

Très impliqué – « *j'applique un sourcing pointu à base de produits locaux, j'aime la notion de terroir et m'entourer d'artisans qui excellent dans leur domaine* » –, il nous raccompagne à la voiture, laquelle lui inspire cette réflexion : « *Je la trouve très belle, robuste et soignée à l'intérieur, avec une alliance harmonieuse de matières et de textures. Comme dans mon assiette, où l'âme du Japon est omniprésente, avec une approche contemporaine et un mariage d'ingrédients nobles.* »

Restaurant IMA

20, boulevard de la Tour d'Auvergne
35000 Rennes

Menu « Pause » (le midi en semaine) : 60 € hors accords mets vins
ima.restaurant

Étape 2 : SAINT-MALO À OTONALI

Les 16 kilomètres du trajet entre Saint-Briac-sur-Mer et Saint-Malo sont un bon moyen de tester notre voiture en tout-électrique : grosses accélérations (de 0 à 100 km/h en moins de six secondes), poussée impressionnante, mais sans l'effet « placage au siège ». Nous avons rendez-vous dans la cité malouine avec Bertrand Larcher, fondateur des crêperies Breizh Café et d'Otonali. Une tête de bon vivant remplie de concepts comme la défense du bon, du beau et du bio, ou celle du sarrasin, qu'il veut promouvoir et



Otonali, le homard



© Vincent Huet

défendre devant l'UNESCO sous toutes ses formes. « *Les Italiens l'ont bien fait avec la pizza napolitaine !* », s'exclame-t-il.

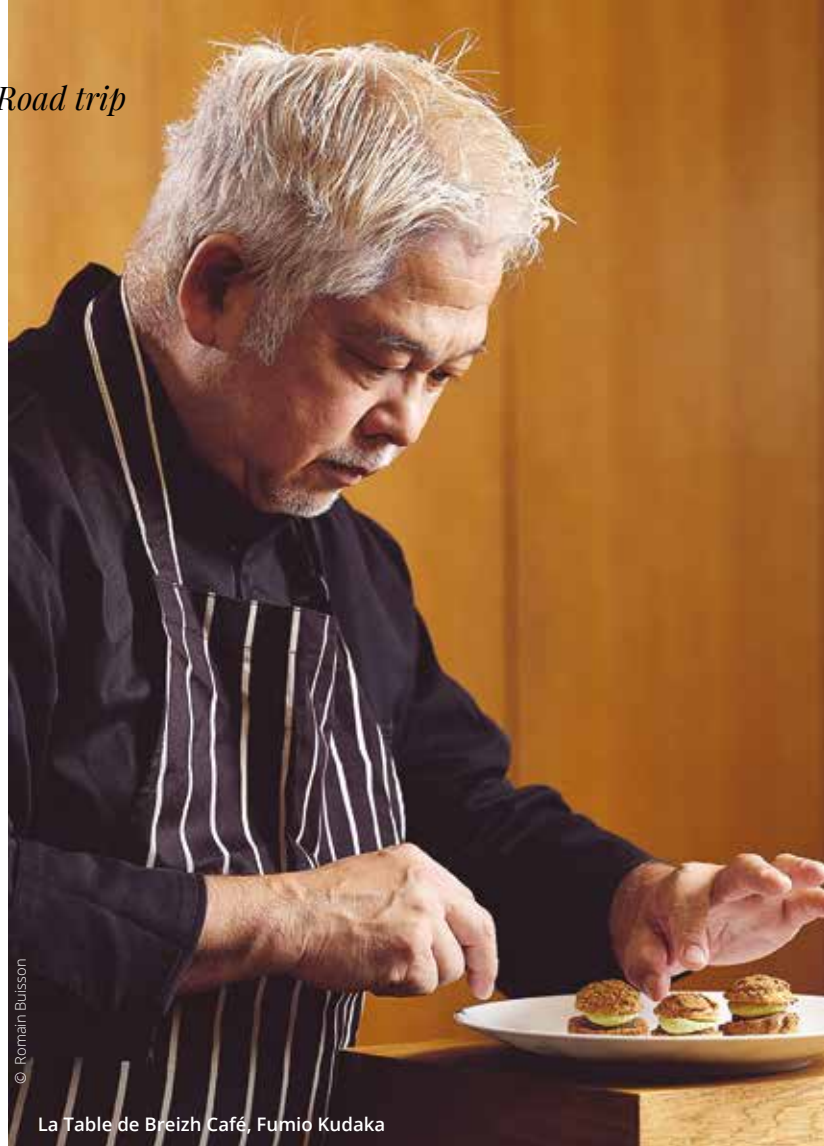
Pour cela, il a créé en 2018 une ferme agroforestière située entre Saint-Malo et Cancale. Il y produit son sarrasin au milieu des milliers de pommiers qu'il a lui-même plantés : « *Il faut retrouver les saveurs d'autrefois. Les légumes et les céréales anciennes, c'est l'histoire de notre patrimoine, ça participe à conserver la biodiversité dans le territoire.* »

C'est au Japon que Larcher a ouvert sa première crêperie sous l'enseigne Breizh Café. 28 ans plus tard, il compte près d'une vingtaine de restaurants, dont Otonali, une table japonaise installée depuis peu sur le quai face au port, qui cultive la convivialité chère aux « *isakaya* » nippons. Le chef Yasu y célèbre une cuisine populaire à base de produits bretons dans un décor de loft new-yorkais, comme un tour du monde sans bouger. Gomadofu ou foie gras Saikyo miso en entrée, Karaagé de poulet mariné au gingembre ou pièce de bœuf Wagyu sont proposés à la carte. Depuis quelques jours, un hôtel attendant au restaurant a aussi vu le jour.

« *Quand je me couche à Saint-Malo, le soleil se lève au Japon* », rigole Larcher en nous raccompagnant à notre voiture. Il nous propose une petite virée jusqu'à la plage de Bon-Secours. « *À l'intérieur, on se sent vraiment zen, elle reste silencieuse comme dans un temple de Kyoto au bord d'une rivière* », remarque celui qui revendique sa double culture bretonne et japonaise.

Otonali

53, quai Duguay-Trouin
35400 Saint-Malo
Ouvert uniquement le soir
breizhcafe.com/otonali



© Romain Buisson

La Table de Breizh Café, Fumio Kudaka



© Romain Buisson

La Table de Breizh Café

Étape 3 : **CANCALE À LA TABLE DE BREIZH CAFÉ**

On prend le temps d'un plein... d'îodes le long de la côte, toujours en mode électrique : plage du Havre de Rothéneuf, plage aux Pucés, plage des Chevrets, avant de finir par la somptueuse anse du Guesclin, l'une des plus belles de la côte d'Émeraude pour un coucher de soleil à instagramer. Nous voici à Cancale, l'une des capitales de la gastronomie française, en pleine baie du Mont-Saint-Michel et ses parcs à huîtres uniques au monde. Rendez-vous est pris avec Fumio Kudaka, chef de La Table de Breizh (1 étoile), également propriété de Bertrand Larcher.

Marié à une Bretonne et à la tête de l'établissement depuis 12 ans, Fumio a le regard profond, les gestes précis, et prépare ses plats sous les yeux de ses clients. À sa carte, on retrouve ganmodoki, homard de Roscoff, okara, daikon et hijiki ou encore chawanmushi, langoustine, Tosazu et carotte des sables. Discret, Fumio rejoint notre table face à la mer et nous fait cette confession. « *Le vrai luxe, pour moi, c'est de se soucier de ce que l'on fait de mieux en matière culinaire pour reconforter les clients, c'est d'être un passeur d'émotions.* »

La Table de Breizh Café

7, quai de l'Administrateur en chef Thomas, 35260 Cancale

Tél. : 02 99 89 61 76

Menu de saison Images du Japon et de la Bretagne 125 € (fermé mardi et mercredi)
breizhcafe.com



© Vincent Huet

MAZDA, L'EXCELLENCE DU SAVOIR-FAIRE JAPONAIS

Voilà un siècle que Mazda construit des voitures et, pour son centenaire, le constructeur japonais a misé gros : le Mazda CX-60 PHEV, premier modèle hybride (plug-in) de la firme, vient chasser sur les terres SUViennes de BMW (X3) et d'Alfa Romeo (Stelvio). Et c'est peu dire que ce samouraï s'en sort haut le katana.

Puissant (327 ch) et agile malgré son poids, il bénéficie d'une transmission intégrale qui permet de concilier la neutralité en virage d'un véhicule à propulsion et la stabilité d'un 4x4. C'est aussi la philosophie du Kodo qui a guidé les designers du Mazda CX-60 PHEV, pour faire simple « *l'âme du mouvement* » qui consiste à « *insuffler la vie à un véhicule* » et, lorsqu'il est en action, lui donner l'apparence d'un être vivant courant à pleine vitesse.

Côté finition (Takumi), on écarquille les yeux : en plus de ses lignes robustes et puissantes, la voiture joue d'élégance, d'un extrême raffinement à l'intérieur et de sophistication. Par exemple, le traitement des garnitures en bois d'érable reprend les principes esthétiques du concept Hacho – équilibre asymétrique ou irrégularité intentionnelle –, où les différents motifs réagissent aux changements de lumière.

Prix : à partir de 54 650 €.

Retrouvez toutes les infos sur le CX-60 PHEV sur mazda.fr.

DORMIR À L'HÔTEL LE NESSAY

La côte d'Émeraude – comme l'a surnommée Eugène Herpin, historien malouin du XIX^e siècle, en raison de la couleur verte que prend la mer par endroit – est un enchantement. Le soleil couchant accentue cette impression unique au monde, entre collines et longues plages, alors que nous nous engageons sur une presqu'île qui sépare le port du Béchet de la plage de la Grande Salinette.

Ici se pose l'hôtel Le Nessay (labellisé « Small Luxury Hotels of The World »), une merveille de briques ocre, un petit château comme il en existe plusieurs dans le coin depuis la fin du XIX^e, que les propriétaires ont transformé en maison de famille propice à la déconnexion – pas celle de la voiture puisqu'on en profite pour recharger la batterie à moyenne autonomie (60 kilomètres), ce qui est amplement suffisant en usage hybride.

De la chambre « Chausey », on se repaît des nuances de vert du fleuve Frémur, bordé de pins. Magique.

Boulevard du Béchay, Saint-Briac-sur-Mer

Tél. : 02 99 21 02 10, lenessay.com

Chambre : à partir de 250 € la nuit (hors petit déjeuner)

Leila Neubauer,

UNE FEMME PAS COMME LES AUTRES

Par **Olivia de Bühren**

Solaire et audacieuse, Leila est directrice générale du Groupe Neubauer. En 2008, elle rencontre celui qui deviendra son mari, Hervé Neubauer. Quelques années plus tard, elle rejoint l'entreprise familiale à un moment charnière, fait de challenges et de nouvelles perspectives. Rencontre.

P

Comment pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

Au départ, je voulais être médecin, mais la vie a fait que j'ai arrêté mes études tôt pour me lancer jeune dans la vie active. Mes parents étaient antiquaires. Durant toute mon enfance, j'ai vu ma mère et mon père marchander, à Drouot ou ailleurs. C'est de là que me vient mon sens avisé des affaires et de la négociation. D'ailleurs, très jeune, j'ai été DG d'un groupe dans lequel j'ai fait mes armes. Aujourd'hui, je suis très heureuse de diriger le groupe avec mon mari. On avance main dans la main.

Qu'est-ce qui lie si fortement la famille Neubauer à l'automobile ?

Pour bien comprendre l'ADN automobile du Groupe Neubauer, il faut remonter à la fin du XIX^e siècle. À cette époque, la société fondée par Albert Neubauer est une compagnie de calèches installée dans l'ouest de Paris. Au début du XX^e siècle, elle évolue avec le développement de la voiture. Albert Neubauer crée alors le Palais de l'Automobile, au catalogue duquel commencent à figurer les principaux constructeurs. La Première Guerre marque un coup d'arrêt, mais Albert s'adapte vite à la nouvelle donne. Il repart de l'avant, sachant que le développement de l'auto, même stoppé pendant plusieurs d'années, se poursuivra inéluctablement... Les années passent et c'est en octobre 1935, sous la présidence de son fils, Jacques Neubauer, que la société devient concessionnaire exclusif. Jacques sait que, désormais, un nouveau modèle de développement commercial va s'imposer : la distribution de masse. L'entreprise poursuivra son aventure avec prospérité lors des Trente Glorieuses et sous le contrôle de Gilles Neubauer, le fils de Jacques. C'est désormais la quatrième génération qui dirige le groupe. En 2023, ce dernier représente près d'une vingtaine de marques et compte bien poursuivre sur le chemin de l'innovation et des défis que la distribution automobile impose.

En quoi selon vous l'aventure Neubauer est-elle unique ?

Malgré les obstacles et les difficultés, nous avons toujours su nous adapter et avancer. C'est ainsi que perdure cet esprit de résilience et de persévérance qui nous permet aujourd'hui de diriger le groupe avec un actionariat unique et familial. Au-delà de la passion, c'est un devoir que de poursuivre l'aventure Neubauer à laquelle Hervé, mon mari, et moi-même sommes extrêmement attachés.

Le groupe a-t-il toujours eu cet esprit de conquête ?

Historiquement, philosophiquement et quotidiennement, les projets animent le Groupe Neubauer depuis ses origines. Nous sommes plus que jamais ancrés dans l'univers automobile et nous allons accentuer notre présence en proposant encore plus de mobilité pour tous, plus de « *liberté à 360 degrés* » : quatre-roues, deux-roues, vente, usage, location, etc. Les défis liés à la distribution et à la transition vers une mobilité douce sont immenses. C'est une étape charnière de notre histoire à tous. Nous nous battons pour maintenir cette vision de l'avenir. Le mot d'ordre que nous passons quotidiennement aux équipes est : « *Ensemble, inventons avec passion la mobilité de demain !* »

Quelles sont les valeurs que vous défendez aujourd'hui ?

Les valeurs du groupe sont notre raison d'être. Ce qui compte n'est pas tant leur affirmation que leur transmission par tous et à tous : l'intégration, la formation,

la fierté d'appartenance et de résultat. Le désir d'excellence et d'innovation, l'engagement, la persévérance, l'adaptabilité, la loyauté, la volonté de faire le maximum font partie de ces valeurs essentielles. Avoir des collaborateurs heureux et épanouis, c'est la certitude que nos clients se sentent chez eux au sein de nos concessions.

Que représente votre groupe sur le plan économique ?

Des milliers de collaborateurs engagés, des dizaines de milliers de véhicules neufs et d'occasion vendus ou loués chaque année. Des centaines de milliers d'heures de services. Nous sommes fiers de contribuer à la vie économique, sociale et environnementale des villes dans lesquelles nous exploitons notre activité.

Sur quoi votre stratégie de développement s'appuie-t-elle ?

Un maître mot : la passion. Passion du service, passion du produit, passion de la relation humaine. Concrètement, c'est une attention particulière vis-à-vis de nos clients, nous travaillons avec des équipes formidables qui se battent jour après jour pour assurer un service de qualité. C'est aussi une volonté permanente d'innover, de proposer un parcours client différent, propre à Neubauer, une empreinte... Il faut que notre singularité émane de notre manière de commercer. La distribution automobile est en pleine restructuration, en pleine révolution, et notre stratégie repose sur une analyse du marché et une anticipation des tendances. Aujourd'hui, acquérir ou louer un véhicule est une démarche beaucoup plus délicate qu'avant. La multiplicité des énergies, fossiles ou électriques, le changement de mode de distribution, l'arrivée de nouveaux acteurs... Jamais une période n'a été aussi complexe et passionnante depuis 1970.

Croyez-vous à l'avenir du véhicule électrique ?

Il fait indéniablement partie de notre présent. Pour avancer, il y a une nécessité d'adaptation du plus grand nombre, et cela passe, notamment, par un accès simplifié aux bornes de recharge. C'est la raison pour laquelle le groupe met à disposition du public près de 100 points de recharge électrique disponibles 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7. Plus généralement, le succès de cette transition passe par l'accompagnement fort de tous les acteurs, publics et privés. À notre niveau, nous accompagnons nos clients vers la solution la plus adaptée. C'est à ce moment précis que notre rôle de conseil prend tout son sens. À l'heure du digital, l'humain demeure incontournable. L'avenir de la mobilité passe selon nous par la multiplicité et la complémentarité des solutions.

Comment faites-vous pour guider vos clients ?

Chaque client est unique, et nos équipes mettent tout en œuvre pour l'accompagner et comprendre ses attentes particulières. L'écoute ainsi que la formation nous permettent de fournir une information précise et détaillée. Nous sommes persuadés que c'est la clef de notre succès.

Que peut-on souhaiter à Neubauer dans l'avenir ?

De conserver notre diversité, notre originalité, notre singularité, notre esprit d'entreprendre, ainsi que de perpétuer notre héritage d'excellence et d'innovation. Continuer à faire sérieusement notre métier, avec passion et sens de l'engagement, mais surtout sans se prendre au sérieux. Ceci afin de préparer la place à la cinquième génération...

neubauer.fr





Chef-d'œuvre
d'Eva Jospin issu de
la série *Promenade(s)*
en Champagne

Page de droite
Eva Jospin



Eva Jospin,

AUX RACINES DE RUINART

Par **Judith Spinoza**

À l'occasion de la nouvelle Carte Blanche Ruinart, la plasticienne Eva Jospin a dévoilé *Promenade(s) en Champagne*, sa réinterprétation artistique de l'édition limitée Ruinart 2023. Conçue comme un voyage poétique dans le terroir, l'histoire et le savoir-faire de la Maison Ruinart, cette narration entremêle sculptures en carton, dessins, broderies et, pour la première fois, une œuvre digitale.

Pourquoi avoir baptisé votre Carte Blanche : *Promenade(s) en Champagne* ?

Mon travail, et c'est le cas ici avec le thème du terroir, reprend régulièrement l'idée de déambulation. Dans *Promenade(s) en Champagne*, il y a aussi la référence au romantisme avec le tableau de Caspar David Friedrich, *Le Voyageur contemplant une mer de nuages*. Ce courant artistique du XIX^e siècle s'inquiétait de la transformation du monde préindustriel, et cela fait particulièrement écho à nos préoccupations actuelles.

Pourquoi ce titre joue-t-il sur le pluriel et le singulier ?

Cela illustre les diverses façons dont j'ai découvert ce terroir. De plus, l'idée de circularité est omniprésente chez Ruinart. À mon arrivée en résidence, j'ai d'abord visité le vignoble de Taissy. Ce faisant, j'ai réalisé que ce monde-là était déjà aux prises avec le changement climatique. Puis j'ai découvert l'histoire des crayères, creusées à l'origine pour l'extraction de blocs de craie et aujourd'hui utilisées pour faire vieillir le vin. Des cathédrales de craie, je suis ensuite passée à la « vraie », celle de Reims, un livre d'histoire à ciel ouvert avec les sacres et l'architecture gothique comme symbole du temps.

L'idée de promenade, au sens strict comme au sens figuré, est parfaitement symbolisée par le procédé des transparents.

Ce procédé, inventé par l'architecte-paysagiste Louis Carmontelle au siècle des Lumières, consiste en un rouleau de feuilles de papier collées bout à bout et qui défilent entre deux bobines, le tout éclairé en transparence. Une sorte d'histoire sans paroles autour de laquelle s'articulent mes autres créations, avec le dessin comme ligne directrice. Le spectateur va voyager, se promenant dans la forêt, les chefs-d'œuvre et les dessins à l'encre de Chine. Le « Carmontelle » relie toutes ces déambulations et symbolise la transformation du raisin selon des étapes et des temporalités différentes.

Sculptures, dessins, broderies... Pour la première fois, vous avez aussi créé une œuvre digitale. Pourquoi avoir sauté le pas ?

J'avais déjà eu envie d'en réaliser, mais, finalement, j'avais renoncé. Cette fois, cela prenait tout son sens à cause du contexte : les œuvres physiques de *Promenade(s) en Champagne* vont être démontées et dissociées pour les prochaines foires. Après l'exposition éphémère qui s'est tenue en mars au Carreau du Temple, à Paris, on ne les verra plus jamais ensemble.

Est-ce cela « rendre visible l'invisible », selon la formule du chef de cave Frédéric Panaïotis ?

Il s'agit de se figurer ce qu'on n'aperçoit pas. L'invisible et le visible sont les racines des vignes et des forêts, mais aussi des crayères, du sous-sol, du limon, autant d'éléments qui consacrent l'appellation champagne. Ce territoire, c'est un réseau dans lequel beaucoup de choses tournent autour d'un produit, le raisin, et d'un savoir-faire, la vinification.

C'est la première fois qu'un studio d'artiste conçoit le coffret en édition limitée (25 pièces).

C'est vrai. L'idée m'est venue très vite, mais la réalisation a été longue, car il fallait s'adapter parfaitement à la bouteille. Cela a nécessité énormément de navettes entre la Maison Ruinart et le studio.

Le coffret ressemble à une mini-crayère abritant la cuvée Ruinart Blanc de Blancs. Un écho à votre fascination pour les grottes ?

Elles me plaisent et me font peur à la fois. Le fait de les représenter est une manière enfantine de jouer avec mes propres frayeurs. Je suis aussi émerveillée par les minéraux en général, car la fossilisation nous a permis de percer certains secrets de nos origines.

Alcools... EN BREF

Par **Frédérique Hermine**

De la Bourgogne à la Champagne en passant par le Ritz, du whiskey à la vodka, les vins et spiritueux font la une.

Hennessy à la Samaritaine, expérience exclusive

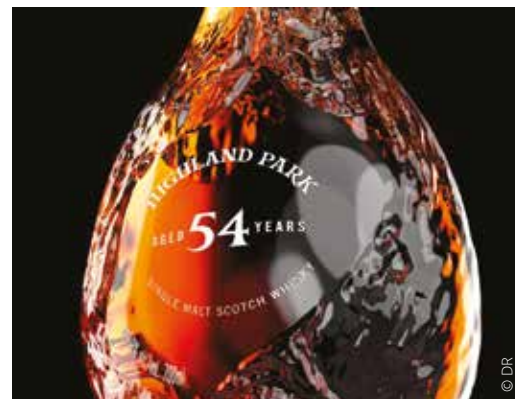
Sur un comptoir inspiré des douelles en bois de chêne, on retrouve une collection de cognacs prestigieux et rares. Pour l'occasion, Hennessy invite à découvrir ses exclusivités et nous permet de venir calligraphier et personnaliser les bouteilles Hennessy X.O et Hennessy Paradis. Un événement pas comme les autres qui permet de venir découvrir le savoir-faire de la Maison.
9, rue de la Monnaie, 75001 Paris
3^e étage de la Samaritaine,
ouvert tous les jours
Personnalisations sur place



225

ans, ça se fête en grand. La distillerie Highland Park, la plus septentrionale de l'Écosse, au cœur des Orcades, dévoile sa plus ancienne expression jamais proposée, un Highland Park 54 ans, (46,9 %) exceptionnel single malt scotch whisky rare et limité à 225 bouteilles. Celles-ci ont été tirées de fûts de 1968 et assemblées 40 ans plus tard dans des fûts de xérès où le whisky a continué de vieillir. Highland Park a fait appel pour l'occasion à deux grands designers : Michael Rudak, qui a dessiné la superbe bouteille embossée, et John Galvin, qui s'est inspiré des falaises de Yesnaby pour créer un écrin en bois de chêne d'Écosse sculpté.
39 000 £ (environ 44 600 €) - highlandparkwhisky.com

UN SINGLE MALT DE 54 ANS POUR LES 225 ANS d'Highland Park



Deux vins tranquilles pour une veuve chez Louis Roederer



Camille Olry-Roederer a été l'une des grandes veuves de Champagne du XX^e siècle, contemporaine de Lily Bollinger et de Marie-Louise de Nonancourt. Le chef de cave Jean-Baptiste Lecaillon, de la Maison Louis Roederer, lui a offert un troisième opus de deux vins tranquilles monoparcéllaires. Son arrière-petit-fils, Frédéric Rouzaud, rend ainsi hommage à l'ancienne dirigeante de la Maison, de 1932 à 1975, avec deux monocépages : Camille Charmont 2020 en pinot noir de Mareuil-sur-Aÿ (160 €) et Camille Volibarts 2020 en chardonnay à partir des vieilles vignes historiques du Mesnil-sur-Oger (140 €).
louis-roederer.com



© DR

Moto & whiskey

La marque mythique des premières motos américaines, Indian Motorcycle, a collaboré avec le non moins illustre whiskey du Tennessee, Jack Daniel's, pour proposer un nouveau modèle aux couleurs du Old No. 7. La Chief Bobber Dark Horse a été ainsi habillée de noir pour l'édition limitée 2023 (seulement 177 exemplaires dans le monde), mise en vente pour un montant de 24 499 dollars (environ 23 000 euros). Un partenariat qui roule depuis 2016. Détail ultime, l'équipe chargée de la customisation de l'engin a mélangé quelques gouttes de whiskey à la peinture de la moto pour la faire entrer un peu plus dans la légende.

jackdaniels.com

Le nouveau record des Hospices de Nuits-Saint-Georges

Un nouveau record pour la 62^e vente des vins des Hospices de Nuits-Saint-Georges au Clos de Vougeot, qui a permis de récolter la somme de 3,6 millions d'euros, soit 45 % de plus que l'édition précédente. Une performance due à la forte demande internationale, mais aussi au millésime 2022 annoncé aussi qualitatif que quantitatif. Il n'y a d'ailleurs jamais eu autant de pièces proposées, pas moins de 160 en neuf cuvées, dont celle de Georges Faiveley en premier cru Les Saint-Georges, qui s'est envolée à 55 000 euros. La marraine de cette édition, l'actrice Constance Dollé (*Un Village français, Baron noir*), représentait l'association Les Blouses Roses intervenant auprès des personnes fragiles hospitalisées, lesquelles bénéficieront de la vente de la pièce de charité, la Cuvée des Bienfaiteurs, assemblage des premiers crus du domaine en Nuits-Saint-Georges.



© Studio Morfaux



© DR

Vente aux enchères de rêve *au Ritz*

Une véritable cave d'Ali Baba à Paris. Près de 30 000 bouteilles estimées entre 5 et 6 millions d'euros seront vendues aux enchères dans les salons du Ritz jusqu'au 7 avril. Une opération organisée par la Maison Lombrail-Teucquam avec les vins d'un grand collectionneur aujourd'hui décédé. Il avait acheté pendant un demi-siècle les flacons recommandés par les plus grands critiques (Robert Parker, James Suckling, Jancis Robinson...).

Parmi les lots de rêve, de précieux flacons du Domaine de la Romanée-Conti, de Georges Roumier, Coche-Dury, Petrus, Cheval Blanc, Margaux, Ausone, Latour, Yquem, Mouton-Rothschild, Rayas...

lombrail-teucquam.com

Ruinart, retour vers le futur

« La simplicité est la sophistication suprême. »

L'architecte japonais Sou Fujimoto a réinterprété, à la demande de Ruinart, la célèbre phrase de Léonard de Vinci pour imaginer le futur pavillon de la Maison de champagne du groupe LVMH.

Le nouveau bâtiment œnotouristique baptisé « Nicolas », prénom du fondateur de la marque, devrait être opérationnel à l'automne 2024. Cet ensemble avant-gardiste de 1 200 m² et 12 mètres de hauteur sous un toit végétalisé offrira une expérience complète aux visiteurs grâce à trois salons, un bar, une boutique et une cave secrète abritant toute la collection de Dom Ruinart. On pourra peut-être y apercevoir l'un des 18 flacons de Ruinart 1926 retrouvés dans les caves de Paul Bocuse et qui ont récemment rejoint l'œnothèque du chef de cave Frédéric Panaïotis.

ruinart.com



© DR

Chez les maîtres DU CHOCOLAT

Par Rémy Dessarts

Les ateliers de La Maison du Chocolat nous ont ouvert leurs portes. Immersion dans un monde de haute précision.

Situé dans une zone d'activité sans âme de la ville de Nanterre, le bâtiment ne paye pas de mine. De l'extérieur, difficile de deviner que nous sommes devant le siège de La Maison du Chocolat, l'une des plus belles entreprises de son secteur en France. Créée en 1977 par le pâtissier Robert Linxe, elle appartient au Groupe Savencia Saveurs & Spécialités (anciennement Soparind Bongrain), qui possède aussi les marques Valrhona, Weiss et De Neuville. Elle réalise un chiffre d'affaires voisin de 40 millions d'euros dans cinq pays et dispose d'un réseau de 40 boutiques.

Le souci de la perfection

Que ce soit pour le marché français ou pour l'exportation, tout part de ce site, à cinq kilomètres à l'ouest des tours de la Défense : pralinés, ganaches, tablettes ou créations pour Pâques. À l'intérieur du bâtiment, des règles de propreté très strictes sont imposées aux visiteurs. Pas question de contaminer les produits ultrafrais qui sont manipulés dans les ateliers. Nous couvrons nos cheveux avec une charlotte, enfilons une blouse blanche et remplaçons nos chaussures de ville par des sortes de baskets blanches. Lavage des mains au savon et de notre téléphone mobile au gel hydroalcoolique. On se croirait chez Arianespace. De salle en salle, nous suivons l'assemblage des chocolats, en commençant par leur garniture. Sous nos yeux, le contenu d'une marmite de praliné est méticuleusement étalé sur une immense table, tout en longueur, ce qui permet de former des plaques parfaitement lissées. Celles-ci sont ensuite transférées dans un autre atelier où elles sont découpées en petits morceaux égaux, eux-mêmes rapidement enrobés. Pour la touche finale, chaque pièce est décorée à la main avec une extrême minutie. Si le filet jaune chargé de signifier que le chocolat est parfumé au citron n'est pas droit, c'est la mise au rebut directe. Ce qui fait notre bonheur, car, sur le plan gustatif, ces bouchées retoquées n'ont aucun défaut !

Mais le clou de cette visite, c'est une salle où l'on n'entre que très rarement. Le saint des saints. C'est là que Nicolas Cloiseau, le chef chocolatier qui a succédé à Robert Linxe à la tête de l'entreprise, pilote lui-même une petite équipe de créatifs qui imaginent et réalisent les pièces les plus audacieuses. De véritables constructions, à l'instar de ce gratte-ciel en cours d'achèvement ou de cet œuf géant percé de plus de 14 000 trous. Autant de prouesses qui nécessitent de nombreuses journées de travail et, surtout, un savoir-faire hors normes, qui est la marque de fabrique de Nicolas Cloiseau.

Une vie consacrée au chocolat

Issu d'une famille de restaurateurs bretons, attiré très tôt par les desserts et le chocolat, Nicolas Cloiseau frappe à la porte de Robert Linxe après ses études, en décembre 1996. Il est aussitôt embauché et se retrouve, à partir de 2000, chargé de créer un service dédié aux décors et aux pièces artistiques en chocolat. « Robert Linxe m'avait repéré parce que le soir, après ma journée de travail, je m'amusais dans l'atelier à faire des pièces en chocolat », raconte Nicolas Cloiseau avant de poursuivre : « Il m'a donné carte blanche pour mettre ce service en place, former une équipe et sortir des collections qui changent chaque année pour Pâques ou pour Noël, pour les pâtisseries et pour les commandes spécifiques. » Il excelle dans ces nouvelles fonctions et gagne de nombreux concours. Surtout, il décroche le Graal en 2007 avec le titre de Meilleur Ouvrier de France. La voie est tracée. Il est nommé en 2012 chef de La Maison du Chocolat, succédant à celui que l'on surnommait « le sorcier de la ganache ». À ce poste, il devient notamment responsable des nouvelles recettes pour l'ensemble des collections. Un challenge que ce perfectionniste relève en passant toutes ses matinées dans l'atelier de création. Impossible de se relâcher, la concurrence est devenue très vive sur le marché. Mais ne comptez pas sur lui pour parler argent et business. Il n'y a que le chocolat qui l'intéresse.



© Stéphane de Bourgies

Nicolas Cloiseau



Œuf géant percé
de plus de 14 000 trous

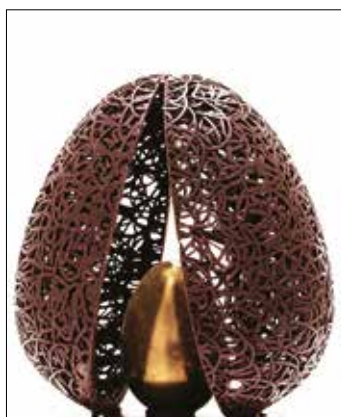
© Caroline Faccoli



Top 9 DES CRÉATIONS DE PÂQUES

Par Jade Mahdavi

Aussi belle que bonne, voici une sélection des créations de Pâques les plus réussies de différents orfèvres gourmands. À acheter en boutique ou à commander en ligne.



De gauche à droite et de haut en bas

DALLOYAU LAPINS FLOWER POWER

Bob et Janis, des lapins en chocolat au lait ou chocolat blanc, pour une touche de fun.
28 € le lapin. Disponible à partir du 23 mars.

LENÔTRE MAGIC PÂQUES

L'œuf magicien, un demi-œuf en chocolat au lait rempli de petits chocolats au cœur de praliné noisette.
60 € le magicien de 300 g. Disponible à partir du 15 mars en boutique ou en ligne.

LA GRANDE ÉPICERIE DE PARIS CHOCO POULE

Poule au chocolat au lait pure origine Madagascar garnie de fritures.
26,90 € la pièce de 300 g. Disponible dans les magasins Le Bon Marché, rue de Sèvres et rue de Passy.

PETROSSIAN PERLES DE PÂQUES

Boîte d'assortiment de chocolats.
33 € la boîte de 300 g. Disponible en boutique à partir du 1^{er} mars.

FOUQUET L'ŒUF COUTURE

Dentelle en chocolat et poudre d'or.
40 € l'œuf de 80 g. Disponible en click & collect.

MAISON LADURÉE COFFRET DE 20 PETITS ŒUFS

Ce magnifique coffret contient 10 œufs praliné amandes et noisettes au chocolat noir et 10 œufs praliné amandes et noisettes au chocolat au lait.
30 € les 250 g. Disponible jusqu'au 11 avril 2023 dans les boutiques Ladurée et sur laduree.fr.

CHEVAL BLANC ÉCLOSION DE PÂQUES

Une rose en chocolat que l'on déshabille pour retrouver en dessous un œuf en chocolat garni de noisettes, le tout sur une tablette garnie de pistaches, framboises et roses.
180 € pour 6-8 personnes. Disponible du 6 au 9 avril en retrait, après précommande sur cadeau-paris.chevalblanc.com.

LE RITZ LA MAD-POULE

Madeleine au chocolat avec du praliné amande et un croustillant crumble.
65 € la pièce de 400 g. En vente du 17 mars au 15 avril.

MAISON PIERRE MARCOLINI ŒUF EN FLEUR SUR DEUX TIROIRS

Cette majestueuse pièce montée sur deux coffrets de petits œufs pralinés et animaux de Pâques fera à coup sûr sensation. Cet œuf extraordinaire, à la coque au chocolat au lait maison renfermant un cœur praliné, jaillit d'une fleur épanouie où trois libellules ont élu domicile.
149 € l'ensemble (1 060 g). Disponible en ligne et en boutique.



QUAND
LE MIEL DE
BRUYÈRE

RENCONTRE
LES ÉPICES
FRUITÉES

ET
LA FUMÉE DE
TOURBE

UNE HARMONIE BRUTE

EST CRÉÉE



Yu Tanaka, L'ART DES ACCORDS

Par **Anne Debbasch**

Après six années passées comme responsable pâtisserie pour Épicure, le restaurant gastronomique du Bristol, Yu Tanaka est nommé chef pâtissier du célèbre palace.



© Franck Juery

Très tôt, par l'intermédiaire de son père cuisinier, Yu Tanaka se passionne pour la culture française et l'histoire de la gastronomie. À son arrivée à Paris, en 2009, il met toute son énergie dans la pâtisserie. Le jeune homme s'intéresse aux accords entre les saveurs françaises et japonaises, et s'attache à sublimer les classiques de la pâtisserie hexagonale en leur apportant une petite touche de raffinement nippon. Le geste l'entraîne à la réalisation de biscuits à la texture aussi légère qu'un nuage. Intronisé au Bristol, en 2016, il réalise l'un de ses rêves. « *J'ai appris auprès de Laurent Jeannin à réaliser des desserts que l'on peut apprécier après un repas gastronomique. Je cherche toujours la légèreté des textures, la finesse et l'harmonie des saveurs* », confie-t-il. L'art et l'architecture sont l'une de ses sources d'inspiration, tout comme la nature dans laquelle il puise les ingrédients qu'il assemble à la manière d'un parfumeur pour ponctuer ses créations. De la sorte, il réalise en saison un dessert à la fraise des bois dont il vient souligner le goût en y associant l'agastache et une touche de thé vert pour renforcer le côté végétal de l'assiette. « *Je cherche toujours à travailler le bon accord pour mettre en avant la saveur d'un fruit. Si je me sers d'ingrédients comme le thé vert, je l'utilise à la manière d'une épice pour accentuer un goût.* »

Élégance et subtilité

Sans jamais se lasser, il accorde, assaisonne, souligne ou renforce une note dans une recherche d'équilibre constant. Ainsi vont ses créations pour Épicure, avec son dessert à la rhubarbe pochée au shiso, accompagnée d'une crème glacée rhubarbe-yaourt, ou encore son dessert au miel pour le printemps où il allie une glace au miel et pollen à une mousse de yaourt au thé au jasmin et agrumes. Quant aux noisettes du Piémont, il les rafraîchit d'une gelée au citron vert et au gingembre. Outre les accords, il s'attache à l'esthétisme des assiettes en concevant d'incroyables dressages où le réalisme côtoie la gourmandise, comme pour la vanille ou la fraise des bois. La fraîcheur, la légèreté, l'élégance et la subtilité signent son travail.

Pour son tout premier dessert au chariot servi au Café Antonia, il choisit son ingrédient fétiche, la vanille de Madagascar. Reprenant l'un des symboles de l'hôtel, il imagine le Porte-clés Vanilline, une mousse à la vanille grillée sur fond de génoise aérienne rehaussée d'une touche de Cognac, d'une pointe de cardamome pour la fraîcheur et d'un croustillant au grué de cacao. Nul doute que les pâtisseries à venir sauront séduire les Parisiens à l'heure du goûter.

TROIS QUESTIONS À YU TANAKA

Quel est votre péché mignon ?

Le millefeuille est un dessert incontournable qui reflète parfaitement la pâtisserie française, à la fois gourmand et équilibré. Ses multiples interprétations en font un gâteau d'une rare modernité.

L'excellence à la française selon vous ?

Je suis très admiratif des Meilleurs Ouvriers de France. Ils représentent l'excellence, le savoir-faire et la transmission.

L'accord qui vous fait planer ?

La figue et la fraise que j'associe dans un dessert pour Épicure. Le parfum et la légère acidité de la fraise viennent rafraîchir les notes sucrées de la figue, dont j'exalte la saveur par une pointe de cannelle.



Porte-clés Vanilline, création de Yu Tanaka

© Le Bristol

112, rue du Faubourg Saint-Honoré, 75008 Paris. oetkercollection.com

Espoirs libérés
depuis 1868



Cuvée Léonie Brut
Hommage à la fondatrice de la Maison

FONDÉ EN 1844
CHAMPAGNE
CANARD-DUCHÊNE
FRANCE

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



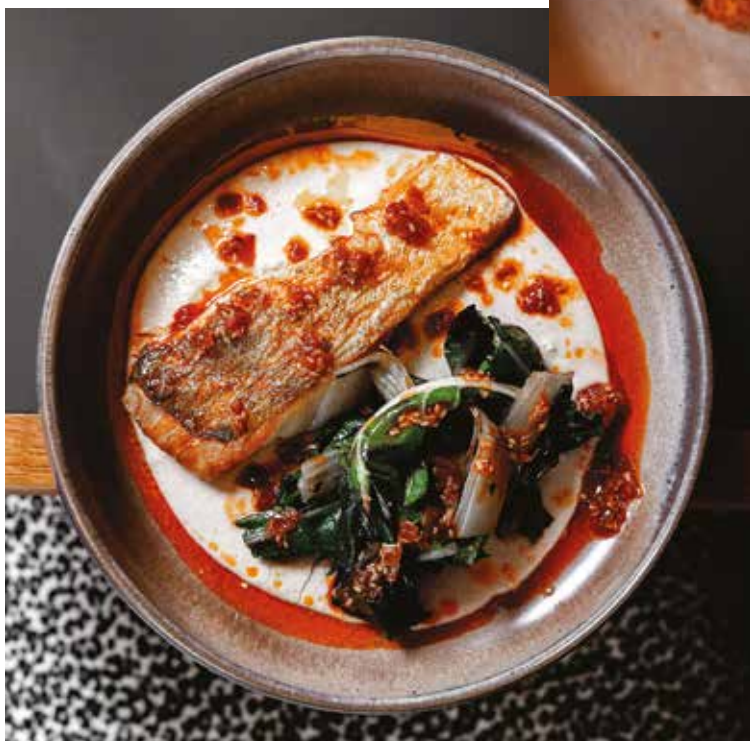
Le Perchoir



Le Perchoir



Chimère



Chimère

Nouveaux restos, POUR REPARTIR DE PLUS BELLE

Par **Jade Mahdavi**

Avec le retour des beaux jours et des longs week-ends, on prend enfin le temps de se détendre. Mais n'est-il pas encore plus agréable de parler de la vie et de ses futures vacances devant une assiette, un verre à la main ? Laissez-vous guider !

LE PERCHOIR Escapade iodée

Le Perchoir Ménilmontant accueille Alice Arnoux pour une collaboration inédite autour des poissons et crustacés oubliés. Grâce au menu unique, nous voilà portés par le rythme de la marée et des créations audacieuses de la cheffe le temps d'une soirée, et ce jusqu'en juin. Petites tables, septième étage, décoration simple éclairée à la bougie, on a tout le temps de se concentrer sur les trouvailles de la pêche du jour, sans cesse twistées en cuisine afin de créer des alliances peu communes et pourtant si fortes de caractère ! On retrouve ici toute la fraîcheur de la mer, une belle escale maritime et revigorante pour l'arrivée des temps chauds.

14, rue Crespin du Gast, 75011 Paris
@leperchoirmenilmontant sur Instagram
Menu unique à 85 €

CHIMÈRE Haut chic, bas choc

Dans un décor tout droit sorti des années 1970, on retrouve une néo-brasserie wannabe-rétro où la cuisine forme un tout avec son environnement. Cuisson à la braise oblige, on se chauffe le palais tandis que la déco nous enflamme à coup d'inspiration vintage. Au menu, charcuteries et fromages à partager façon bistrot, des petites assiettes bien assaisonnées pour une mise en bouche explosive qui précède la fameuse courge rôtie, les généreuses bucatini ou encore les viandes à la braise – échine de porc ou faux-filet de bœuf. Chaud devant ! Et on termine tout ça à grand coup de pavlova ou de panna cotta.

22, rue du 4 septembre, 75002 Paris
Tél. : 01 44 90 91 94
@chimere_4septembre sur Instagram
Carte : environ 55 €

News



Painn ÇA COCOTTE

Voici une boulangerie avec un principe bien à elle : la cuisson ne se fera qu'en cocotte ! Chez Painn, on retrouve une farandole de spécialités boulangères : du pain, des croissants, des pains au chocolat ou encore des brioches cuites à cœur grâce à une technique spécialement développée dans des cocottes Le Creuset. La crème de la crème !
10, rue du four, 75006 Paris
@painn.paris sur Instagram



Hôtel Dame des Arts



HÔTEL DAME DES ARTS Nouvelle recrue de l'Odéon

C'est la nouvelle adresse du VI^e arrondissement qui va faire chavirer n'importe qui à l'arrivée des beaux jours. Non seulement ce petit hôtel est absolument charmant, avec ses chambres signature offrant depuis leur balcon une vue sur les toits de Paris, mais en plus il renferme un restaurant incroyable. Ici, on découvre sur la terrasse la cuisine raffinée et gourmande d'un chef mexicain, mais mâtinée d'une certaine *french touch*. Ribs de maïs, tostada de thon rouge, champignons au mole de cacahuètes, joue de bœuf en tortillas ou encore les succulents churros à la crème praliné-noisette, il y a de quoi se faire plaisir. Après le dîner, on grimpe sur le rooftop pour continuer la fiesta à l'aide d'un Spritz des Dames que l'on n'est pas près d'oublier !

4, rue Danton, 75006 Paris
Tél. : 01 81 69 00 60
@damedesarts sur Instagram
Carte : environ 65 €

NHOME Nouvel antre gastronomique

On pousse la porte et, tout à coup, on se retrouve dans une taverne intimiste à la table unique et aux effluves enivrants. Voici la première expérience sédentaire de Matan Zaken, ce chef aux multiples expériences gastronomiques. Ici, on partage son sens de l'accueil et de la fête, mais surtout on profite de sa créativité culinaire. Entouré d'une brigade soignée, attentionnée et talentueuse, on se fait rapidement embarquer par une cuisine d'instinct, un style décomplexé, souvent inspiré de la spontanéité anglo-saxonne. Si le menu varie chaque semaine en fonction des produits et des envies, on remarque cependant une vraie recherche dans les recettes, aussi bien pour l'association des goûts, des mets et des vins que pour la manière dont il faut déguster le plat. Une expérience du début à la fin dont on ressort avec un énorme sourire aux lèvres.

41, rue de Montpensier, 75001 Paris
Tél. : 01 89 33 48 43
@nhomeparis sur Instagram
Menu à partir de 105 €

A.LEA Rien au hasard



Voici une adresse fraîchement ouverte dans le quartier Lamarck-Caulaincourt qui ne laisse place qu'à l'audace. Dans une rue apparemment calme se cache une tempête culinaire qui vous transporte au cœur du terroir. Avec une cuisine de saison, des produits sélectionnés chez les meilleurs artisans et fournisseurs ainsi qu'une maîtrise des associations et de la gourmandise, comment résister au charme de cette nouvelle cuisine française ? Un menu qui varie : une viande, un poisson, un plat végétarien, tout y est. Il ne manque plus que vous !

39, rue Lamarck, 75018 Paris
Tél. : 01 81 69 96 93
@alea_restaurant sur Instagram
Menu entrée/plat/dessert à 24 € pour le déjeuner

HÔTEL LA FANTAISIE Home run

Dominique Crenn, la cheffe triplement étoilée aux États-Unis, vient secouer Paris en prenant les commandes du restaurant du tout nouvel hôtel La Fantaisie, dans le IX^e arrondissement. Restaurant, bar, rooftop, jardin, on retrouve notre superstar à tous les étages de cette maison bucolique. À l'image green du cadre dans lequel s'inscrit le bâtiment, Dominique Crenn nous présente sa philosophie zéro déchet, zéro plastique : une table autour de la nature, inspirée de ses expériences franco-californiennes. *Yeah, baby, she's got it!*

24, rue Cadet, 75009 Paris
Tél. : 01 55 07 85 07
@lafantaisieparis sur Instagram

LA CHAMBRE BLEUE MAISON DELANO L'ouverture printanière



Le premier hôtel Delano ouvre enfin ses portes en Europe et a choisi Paris comme première destination. Depuis le 1^{er} avril, vous pouvez venir découvrir La Chambre Bleue, le restaurant en terrasse inspiré de l'œuvre de Pablo Picasso. Pendant cet instant d'évasion, vous profitez aussi bien d'un dîner en plein air que d'un sublime cocktail en fin de soirée au Delano Bar.

4, rue d'Anjou, 75008 Paris
Tél. : 01 83 96 88 88
@maisondelanoparis



Nhome



Nhome

News



Katell

CRAQUANT ET CROQUANT

L'art de la chips, ce n'est pas donné à tout le monde. En revisitant la recette avec une technique ancestrale de cuisson au chaudron à basse température, les chips Terres de Breizh et La Locale nous démontrent qu'il est possible de faire une chips équilibrée et savoureuse. Un vrai savoir-faire breton !

Fouquet

LES GOURMANDISES HAUTE COUTURE

Au 36 de la rue Laffitte, dans le IX^e arrondissement de la capitale, le temps a suspendu son vol. L'entreprise Fouquet y fabrique, autour d'une petite cour, des gourmandises, bonbons et chocolats qui font le bonheur, depuis cinq générations, des personnalités du Triangle d'or. De leur vivant, les couturiers Christian Dior et Yves Saint Laurent fréquentaient la boutique de la marque, située rue François I^{er}. De nombreux grands noms des secteurs du luxe et de l'industrie sont demeurés des clients fidèles de la petite entreprise, qui ne compte que deux points de vente à Paris. Dans l'atelier, où flottent des odeurs de praliné en préparation, une équipe de jeunes artisans enthousiastes réalise avec soin des chocolats de très haut niveau. En 2021, cette pépite parisienne a rejoint LOV Group, du producteur Stéphane Courbit, qui possède déjà Ladurée, le château d'Estoublon et les hôtels Airelles. De quoi trouver les moyens d'un nouvel élan.

DAR MIMA
Une histoire de famille

Si les contes des *Mille et une Nuits* étaient à réactualiser, on y raconterait sûrement cette improbable rencontre entre Jamel Debbouze, sa mère et le groupe Paris Society. Histoire d'amour et de famille, cette idée de restaurant en plein cœur de l'Institut du Monde arabe prend tout son sens lorsqu'il s'agit de faire découvrir le savoir culinaire de la maman de l'acteur. Un bel hommage à ses racines, dans un lieu rempli de culture et construit dans une atmosphère orientale. On y découvre des plats de partage, comme la salade zaalouk, la fattouche, la pastilla, le tajine ou encore l'inimitable couscous, tout cela préparé avec le plus grand soin au feu de bois. Après dégustation de ces assiettes solaires, place à l'ambiance musicale aux sonorités orientales. On passe un moment aussi enjoué et chaleureux que délicieux. Merci Mima !

1, rue des Fossés Saint-Bernard, 75005 Paris

Tél. : 01 85 14 79 25

@darmima_restaurant

Carte : environ 75 €



LOLO BISTROT
Nouvelle cantine

Vous avez adoré Lolo Cave à Manger ? Dans ce cas, il ne serait pas étonnant que vous deveniez membre régulier du Lolo Bistrot, le premier « vrai » restaurant du duo de choc Christophe Juville et Loïc Minel. Dans un esprit plus tamisé, au comptoir ou autour de petites tablées, on vous sert une cuisine généreuse et gourmande, composée de recettes dont vous n'auriez pas idée tout seul. Si la carte évolue en fonction des envies du chef, on retrouve néanmoins quelques classiques de la maison comme le *scotch egg* – une recette anglaise qu'il remanie à sa manière –, de la *pasta* comme vous n'en avez jamais vu, un poisson ou une viande avec son petit twist « loloesque » et, pour finir, la fameuse tarte caramel et bleu Stilton. Le tout avec une bonne bouteille conseillée par les soins de Lolo lui-même. Que demander de plus ?

54, rue du faubourg Poissonnière, 75009 Paris

Tél. : 01 53 62 95 68

@lolobistro sur Instagram

Carte : environ 50 €



CAFÉ DE LA PAIX

Le très célèbre

160 ans, ce n'est pas rien, et ça se fête ! Pour l'occasion, le Café de la Paix fait peau neuve et revient sur toute son histoire et son passé culinaire. Mythique nom de la gastronomie française, on peut y retrouver aussi bien les grands classiques, comme la fameuse soupe à l'oignon, mais également le menu spécial des 160 ans, qui remet au goût du jour les recettes d'hier. Consommé de volaille « Sévigné », pavé de turbot sauce « Granvillaise » ou encore riz au lait « Impératrice » à la rose, tels sont les noms emblématiques proposés pour cette célébration. Le tout accompagné de champagne, c'est *the life of the party* !

5, place de l'Opéra, 75009 Paris

Tél. : 01 40 07 36 36

@cafedelapaixparis sur Instagram

Menu 160 ans à 92 €

LE BIO SUBLIMÉ



Vibrant hommage à la spectaculaire biodiversité des 850 hectares de la Commanderie de Peyrassol, nos vins sont issus d'une agriculture biologique respectueuse de l'environnement.

Le Clos Peyrassol – Côtes de Provence – France



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



Creating infinity

Yayoi Kusama

LOUIS VUITTON