

2016 - 2017

S I G N É
BARRIÈRE

N°13

Ce magazine vous est offert | Free issue



POSSESSION

E-boutique piaget.fr
01 58 18 14 15

PIAGET

Bienvenue.

Pour bâtir, le temps est le meilleur des ciments. Il y a celui de la réflexion, et puis celui de l'action. Mais le vrai temps du bâtisseur est celui de la décision. Celui du premier pas, de la première brique. Décider... Depuis plus d'un siècle le groupe Barrière dont je suis fier d'être le président a réfléchi. Il a agi. Mais surtout il a décidé. Décider c'est à la fois savoir anticiper pour regarder vers le loin ; et c'est oser saisir l'instant ici, au moment dit. L'opportunité. L'idée qui passe. Le fondateur François André a incarné cet esprit ; son successeur visionnaire Lucien Barrière l'a réinventé ; Diane Barrière en a relevé le défi. Voilà pourquoi aujourd'hui, nous le groupe Barrière, nous ne sommes pas seulement des héritiers mais nous demeurons des pionniers. La spectaculaire ouverture de l'Hôtel Barrière Les Neiges à Courchevel 1850 au pied des plus étonnantes pistes de ski en Europe exprime mieux que tout argument notre volonté de promouvoir le luxe, l'élégance et le confort discret là où elle ne s'était jamais exprimée. Le Groupe inaugurera aussi fin 2017 un hôtel de très grand luxe à Saint-Barth, une île française des Petites Antilles. L'atmosphère de cet Hôtel Barrière Le Carl Gustaf s'imprènera de l'esprit festif et des lumières de la plage en contrebas gérée dès cette fin d'année par notre partenaire MOMA.

Bâtir ce n'est pas pour autant oublier le patrimoine : ce qui a été moderne à l'époque de sa construction n'aspire qu'à le redevenir aujourd'hui comme en atteste la décision de rénovations achevées à Deauville au Normandy et au Golf, à La Baule au Royal et - actuellement en cours - à L'Hermitage. 2016 a été une année de tourments et de tourmentes. Mais si en 2017 les portes hésitent ou rechignent à s'ouvrir, n'hésitez pas à découvrir de nouvelles fenêtres : celles de la curiosité et du bien être. Chez Barrière.

Welcome.

If you want to build something solid, time is the finest cement... There is a time for reflection and a time for action. But the key time for every builder is that of the decision. The decision to take the first step, to lay the first brick. Decisions, decisions... The Barrière group, of which I am the proud CEO, has been reflecting for over a century. But above all, it has made decisions. Deciding means both anticipating what's over the horizon and daring to seize the moment, right here, right now. An opportunity. A passing idea. Our founder François André embodied this spirit; his visionary successor Lucien Barrière reinvented it and Diane Barrière took up the gauntlet. Today, we at the Barrière group are not only heirs – we also remain pioneers. The spectacular opening of the Hôtel Barrière Les Neiges in Courchevel 1850 at the foot of Europe's most astonishing ski slopes demonstrates, far more than any words could express, our commitment to promoting luxury, elegance and discreet comfort in uncharted territories... In late 2017, the Group will also be inaugurating a top luxury hotel in Saint Barts – a French island in the Lesser Antilles. The atmosphere of the new Hôtel Barrière Le Carl Gustaf will be instilled with a festive spirit and feature beautiful beach lighting by our partner MOMA. Building does not mean forgetting our heritage: constructions that were modern at the time they were built are crying out to don their former glory, hence our refurbishment work completed at the Golf Course in Deauville, Normandy, Le Royal in La Baule and – still in progress - L'Hermitage. 2016 has been a difficult year. But if the doors hesitate or refuse to open in 2017, we invite you to open some windows instead: those of curiosity and well-being. Welcome to Barrière. We hope you enjoy your stay.



DOMINIQUE DESSEIGNE
Président du groupe Barrière.



PARIS



MIAMI



CANNES



GENEVA



NEW YORK

+33 (0)1 85 34 70 70 | info@barnes-international.com

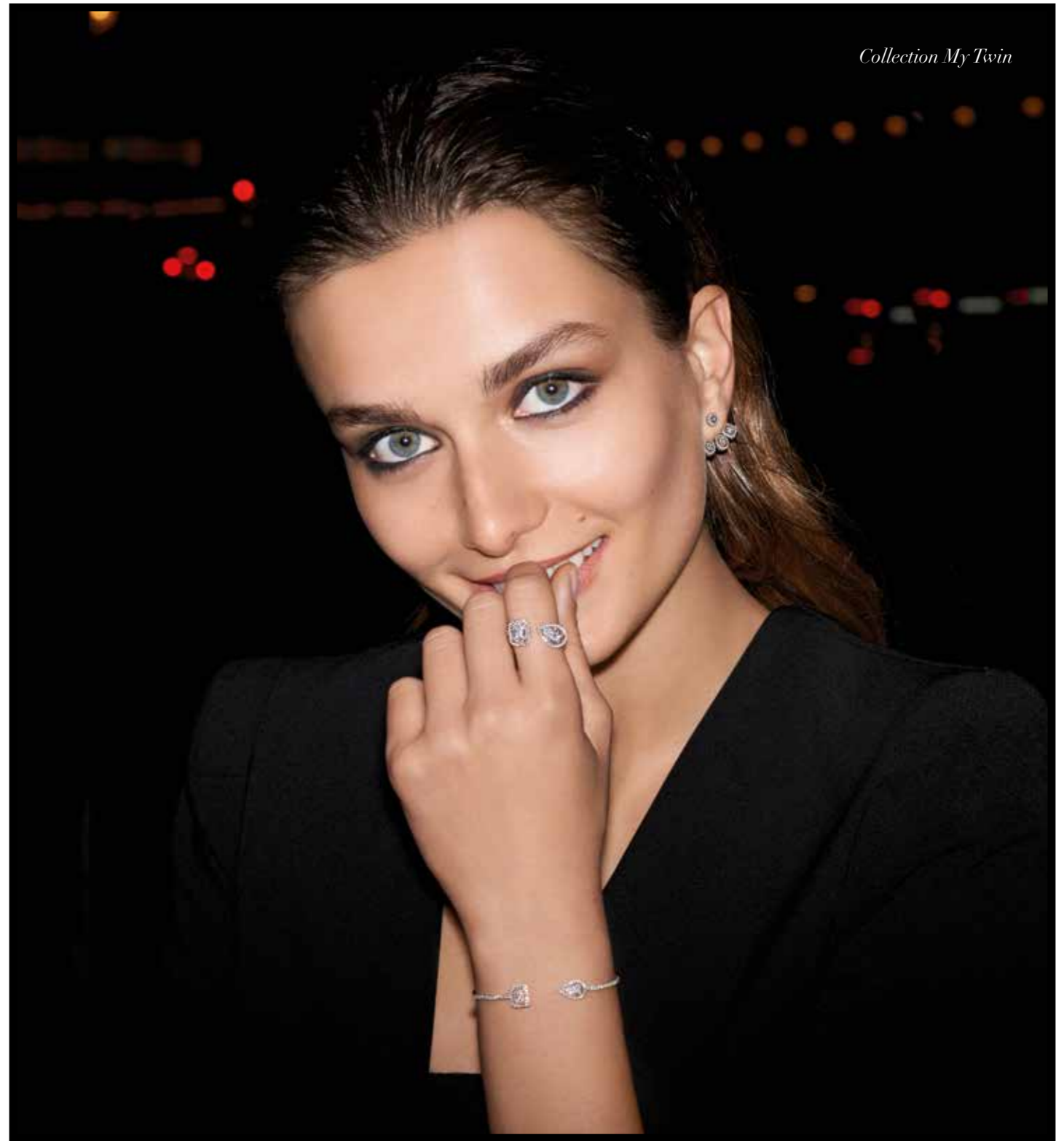
+33 (0)1 85 34 70 70 | info@barnes-international.com

Collection Calypso



Andreea Diaconu par Terry Richardson - messika.com

Collection My Twin



MESSIKA
JOAILLERIE

259, rue Saint-Honoré, PARIS



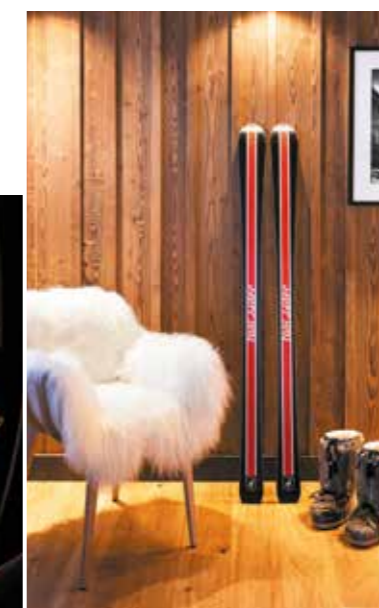
NOT SHY

THE HOTTEST CASHMERE

www.notshy.fr

PARIS 6^{ème}, 7^{ème}, 11^{ème}, 16^{ème}, 17^{ème} - CANNES 129 rue d'Antibes - COURCHEVEL Anarchic, Le Forum
DEAUVILLE 66 rue Désiré le Hoc - LA BAULE 93 avenue du G^{al} de Gaulle - LE TOUQUET 55 rue Saint Jean

N°13



- 16 - Reportage - La carte blanche de Barrière.
- 20 - Cinéma - Quand la musique fait le cinéma.
- 24 - Culture Club / Livres - 2 immortels.
- 26 - Culture Club / Musique - French Touch / Retours gagnants.
- 28 - Club Privé - Exposition et Positions / Modes en France - De fil en aiguille / Dim' dam' dentelle - Un air de Normandie / Le cocktail oxygène - À Saint Barth / Barrière sur le Corail - Grrrr / La gué-guerre du feu - Jackpot à porter de pouce - Tout, tout de suite / Génération "dare-dare".
- 34 - Architecture & Patrimoine - Ces pierres qui ont bâti Barrière.
- 48 - Story - Ce que disent les bouteilles à la mer.
- 52 - Tendances - Le velours / Longtemps "boudé"... Il reprend son tour.

N°13



- 56 - **Transparence** - Haut les masques.
- 60 - **Psycho** - Bienvenue chez les gauchers.
- 64 - **Tendance** - Gucci Gang. À bas le coup de vieux.
- 67 - **Shopping** - Dans du velours - Ring the belt - New look.
- 72 - **Focus** - 2 pieds en pointe.
- 76 - **Culture Club / Cinéma** - La la land / Los Angeles love story.
- 80 - **Portfolio** - Cannes, 70 ans mais pas une ride.
- 86 - **Test** - Des mots, des miettes, des mets.... Quizz gourmand.
- 90 - **English version** -


DUMAS
PARIS



Orfèvre de vos nuits depuis 1910

DUMAS-PARIS.COM



GROUPE BARRIÈRE / COMITÉ DE RÉDACTION

Manuela Isnard-Seznec, Bruno Lanvern,
Alexandre Benyamine, Léonore Bove.

GROUPE LUCIEN BARRIÈRE SAS
35, boulevard des Capucines, 75002 Paris
Tél. 01 42 86 54 00 - Fax 01 42 86 54 10
sbarrière@groupebarriere.com
www.groupebarriere.com

DIRECTEUR DE PUBLICATION
Manuela Isnard-Seznec.

JOURNALISTES
Carlos Gomez, Paula Daubresse, Alexandre
Guilloux, Peter Fortham, Alix de Trentain,
Manuel Celletto, Ruza de Tocal, Bertrand Ribere.

SECRÉTAIRE DE RÉDACTION
Nadine Ponton.

ASSISTANTE
Lucile Peyron.

PHOTOGRAPHES
Fabrice Rambert, Laurent Fau.

RESPONSABLE DU STUDIO GRAPHIQUE
Arnaud Marin.

CRÉATION GRAPHIQUE
Philippe Gruson.

INFOGRAPHISTES
Anne Bornet, Laurie Ravary.

RÉGIE PUBLICITAIRE : Média VB
Vincent Buffin - vbuffin@mediavb.com
Véronique Legall - vlegall@mediavb.com

SIGNÉ BARRIÈRE
est une publication du Groupe Lucien Barrière SAS
35, boulevard des Capucines, 75002 Paris
Tél. 01 42 86 54 00 - Fax 01 42 86 54 10
sbarrière@groupebarriere.com - www.groupebarriere.com

COURRIER DES LECTEURS
sbarriere@groupebarriere.com



- PARIS : **Dubail** 21, Place Vendôme - **Chronopassion** 271, rue St-Honoré
- Colette** 213, rue Saint-Honoré - **Arije** 50, rue Pierre Charron | 30, avenue George V
- Emile Leon** 8, rue Royale - **Barrier** 129, rue de Vaugirard - **Printemps**
- 64, Bd Haussmann - **Printemps** Carrousel du Louvre 99, rue de Rivoli
- Hu Horlogerie** 114, rue de la Boétie • ST TROPEZ : **Doux** 1, rue François Sibilli |
- Doux** Tahiti Beach, route de Tahiti • CANNES : **Arije** 50, Boulevard de la Croisette
- AIX EN PROVENCE : **Bellini** 23 bis, rue Thiers • TOULOUSE : **Bernadou**
- 33, rue du Languedoc • COURCHEVEL : **Doux** Rue du Rocher
- GRENOBLE : **Darmand** 3, Place Grenette • LORIENT : **De Thoury Le Bec**
- 10, rue des Fontaines • METZ : **Hardy** 1, rue Serpenoise
- DUNKERQUE : **Verhoeven** 37, Place Jean Bart


CORUM
LA CHAUX-DE-FONDS · SUISSE



BUBBLE

Boîte en acier inoxydable,
mouvement à remontage automatique
avec seconde, cadran type roulette

www.corum.ch

À Courchevel 1850

La carte blanche de BARRIÈRE.

L'Hôtel Barrière LES NEIGES qui vient d'ouvrir au pied des pistes est un cocon sous les flocons. Charme, discrétion, LUXE. Rien de rutilant ni d'inutile. Et de l'audace pour de nouvelles étoiles accrochées à la montagne.

Par PETER FORTHAM.



Le style et le luxe Barrière s'installent à Courchevel 1850. Dans l'altitude des Alpes ce choix raconte la volonté du groupe Barrière que préside Dominique Desseigne : créer pour surprendre et mieux accueillir. L'Hôtel Barrière Les Neiges est une première : jamais le Groupe n'a conçu et «installé» un hôtel dans un paysage de montagne. «Ce projet a été tranquillement porté, sans précipitation. C'est vrai, il a fallu un peu de temps. Mais les montagnes sont aussi faites pour être gravies. Et nous voilà !», raconte aujourd'hui Dominique Desseigne qui se dit «très fier du résultat». Courchevel 1850 est en Europe, dit-il, «l'une des meilleures stations, avec des sites exceptionnels et un domaine skiable extraordinaire, difficilement égalable en distances et en qualités de prestations».

Le choix du Groupe est résolument celui du luxe et de la modernité audacieuse. 42 chambres et Suites. 7 étages d'une élégante construction habillée par la décoratrice et architecte Nathalie Ryan. L'idée : celle d'un vaste chalet apaisant, à l'atmosphère intime pour des séjours à deux, en famille ou entre amis. Une intimité qui n'exclut pas le raffinement dans ce prestigieux «refuge» 5 étoiles où il fait bon revenir après quelques heures de descente ou de promenade pour y poser gants, chaussures et bâtons - préparés par un «ski valet» dans un luxueux ski room de 240 mètres carrés. Dans ce cocon authentique, au coeur d'un paysage d'un blanc spectaculaire, «L'Hôtel Barrière Les Neiges» ignore le rutilant inutile. Ici l'élégance est discrète et l'accueil haut de gamme. Sans oublier le Spa,



Dans ce cocon AUTHENTIQUE, au coeur d'un paysage d'un blanc spectaculaire, «L'Hôtel Barrière Les Neiges» ignore le rutilant inutile. Ici l'élégance est discrète et L'ACCUEIL haut de gamme.

le plus grand de la station (1000 mètres carrés) qui propose une qualité de soins précis et personnalisés, le bassin d'une piscine de 20 mètres, un puits d'eau glacé, un sauna, un hammam, un jacuzzi extérieur, un espace sportif ainsi qu'un salon de coiffure.

Partout la décoration aérée de Nathalie Ryan associe le concret de matières brutes aux teintes les plus nuancées pour des atmosphères sobres et discrètes. Chaque chambre ou Suite a sa décoration unique. Avec des textures qui habillent une inspiration résolument contemporaine frottée aux matériaux - pierres et bois - de la montagne. A Courchevel on a l'esprit pionnier. Donc un brin d'audace. Un montagnard sait comment «ouvrir» sa voie.



« Ce sont les COULEURS ardentes ou tamisées de la cuisine que j'ai connue dès mon enfance en ARGENTINE ».
Mauro Colagreco.

L'audace, elle se retrouve donc aussi dans une proposition étonnante : la cuisine pleine de surprises et d'attentions confiées au Chef étoilé Mauro Colagreco. Résultat spectaculaire ! Objectif : étonner et faire le meilleur du meilleur le plus simplement.

L'idée naît d'une rencontre en 2015 entre Dominique Desseigne et Mauro Colagreco autour d'une table de son restaurant à Menton. Dans un univers de luxe, l'idée de proposer un concept de cuisine «innovant et festif» s'invente aussitôt autour d'un constat : la montagne se vit le jour à l'extérieur, le soir à l'intérieur. Il y aura donc deux approches de cuisines mais un point commun : un brasero, un authentique brasero argentin. D'où le nom du restaurant : Le BFire - B pour Barrière et Fire pour le feu et les braises de la cuisson. «Ce sont les couleurs ardentes ou tamisées de la cuisine que j'ai connue dès mon enfance en Argentine»,

raconte le Chef. Donc, au pied des pistes, à l'heure du déjeuner à «L'Hôtel Barrière Les Neiges», c'est autour du brasero, sur la terrasse de l'hôtel, qu'on se retrouve pour - selon le goût, l'envie ou l'appétit - partager un plat de viandes grillées à la perfection. Et le soir ? Dans la chaleur de l'intérieur des «Neiges», il donne la place à une cuisine subtile en même temps que généreuse et finement piochée dans les savoirs et les goûts de l'Italie et de l'Argentine réunies. Comme cet agneau (cuit sur des braises d'un four à bois traditionnel argentin) qu'accompagne un risotto délicatement italien et très haut perché dans la hiérarchie du parfait et du très, très bon quand la convivialité de la table mêle la tomme de Savoie et le Parmigiano Reggiano. Etc. Voilà comment à l'Hôtel Barrière Les Neiges de Courchevel 1850 on confie, dans un sourire, vouloir «casser la glace».

Son, image et grands films

Quand LA MUSIQUE fait le cinéma.

Les «B.O.F.» - Bandes originales de film - accompagnent les histoires du cinéma en musiques. Elles les racontent aussi, tellement qu'on s'en souvient grâce à elles. Musiques d'ambiance ? Ah, non. Musiques d'impression ? Certes, oui. Voilà un siècle que le groupe Barrière est ... dans le ton.

Par CARLOS GOMEZ.

La montagne est un décor qui a ses couleurs sonores. «Le bruit de la neige froissée est une note qui manque au solfège», disait le très new-yorkais et mythique compositeur George Gershwin. Qui - quand même - s'y connaissait en musique, en voyages à Paris et en balades à New York, l'hiver. Et donc en dégringolades de neige. Dès les années 1920, la créativité artistique et le goût de la modernité ont créé des liens entre le cinéma, le spectacle et le groupe Barrière. En témoignent aujourd'hui des partenariats de fidélité avec les festivals de Cannes, Deauville et Dinard, avec la cérémonie des César aussi. Et plus, discrètement, dans chaque hôtel, quelques séries élégantes de photographies. Mais la musique... L'Hôtel Barrière Les Neiges a donc opté pour une discrète ambiance sonore composée de bandes originales de films. Avec - comme c'est étonnant ! - le thème de la montagne. Donc... l'inévitable James Bond. Et puis tout ce qui suit. Ou précède. Le mariage des images et de la musique est une histoire vieille comme le cinéma.



«The Artist», Jean Dujardin et Bérénice Béjo en silence à l'écran. À l'écoute, l'orchestre symphonique.

« Je pense, disait **STANLEY KUBRICK** que la **musique est l'un des outils les plus PROBANTS** dont dispose un cinéaste pour préparer une **AUDIENCE à vivre intensément une situation** ».



Premier clap : le 28 décembre 1895. Ce jour-là, dans le Salon Indien au sous-sol du Grand Café, boulevard des Capucines à Paris, les frères Lumière organisent la première séance publique de leur « cinématographe ». Le public est médusé, épaté. Mais gêné cependant par le bruit du... projecteur.

Que faire ? Au cours des jours suivants, la solution jaillit des mains agiles d'un pianiste : Emile Manaval. En jouant en même temps que les images défilent, le public oublie d'un seul coup le cliquetis provoqué par la pellicule en passant dans la petite boîte à images. La musique de film était née. Surtout, elle venait appuyer les effets comiques des films projetés ce jour-là, dont le fameux Arroseur arrosé. La musique devenait un soutien pour le rythme et un accompagnement de l'émotion que suggéraient les images.

La première musique originale composée pour un film date de 1908 : *L'assassinat du duc de Guise* d'André Calmettes, dont la partition fut composée par Camille Saint-Saëns, illustrement connu depuis 1886 pour sa Suite musicale pour orchestre intitulée «Le carnaval des animaux». Dès lors, le travail des grands compositeurs classiques sera régulièrement plébiscité par le cinéma. Certains réalisateurs en feront même leur signature, plaçant le travail de l'orchestre au cœur de leur construction narrative. C'est le cas de Stanley Kubrick. Car comment comprendre *2001 : Odyssée de l'espace* sans Johann Strauss,

Ou bien *Orange mécanique* sans Beethoven ? « Je pense, disait le réalisateur de *Shining* que la musique est l'un des outils les plus probants dont dispose un cinéaste pour préparer une audience à vivre intensément une situation ».

Le grand Igor Stravinsky, composa lui aussi pour le cinéma dans les années 1930, mais sans plaisir et sans succès. Selon lui, la musique était du « papier peint ». Sceptique même quant à la communion supposée entre ces deux arts, il ajoutait, narquois, « la seule chose que nourrisse la musique d'un film, c'est son compositeur ».

La volonté des producteurs de ne pas se passer de bande son, va conduire à de rapides progrès techniques. En 1926, le procédé Vitaphone permettait à la fois d'enregistrer le son sur un microsillon et de le synchroniser avec le projecteur. Une prouesse qui allait donner naissance au premier film parlant, qui serait de surcroît musical : *Le chanteur de jazz* (1927) d'Alan Crosland.

Le succès (et la notoriété) d'un film repose souvent sur l'aptitude des compositeurs à écrire des thèmes à succès accrocheurs. Faisons l'expérience : si je dis *Mission impossible*, ou *Les sept mercenaires* il y a fort à parier que vous vous surprendrez à siffloter aussitôt les leitmotiv composés par Lalo Schifrin ou Elmer Bernstein. *Le pont de la rivière Kwai* ? Idem, même si le nom de Malcolm Arnold a toujours été éclipsé par son oeuvre. *Starwars* ? John Williams a composé la musique d'une bonne centaine de films, mais aucun n'a eu l'impact de

celle composée pour George Lucas. *Un homme et une femme* ? Francis Lai et Pierre Barouh sont devenus cultes à coups de Dabada-bada, mais on comprend pourquoi. Quant à John Barry, il a tout simplement composé la B.O.F la plus universelle : celle de *James Bond* ; mais aussi *Out of Africa*, *Amicalement vôtre* pour la télévision, etc.

Aujourd'hui encore, les compositeurs de musique de film qui tiennent le haut du pavé, sont tous anglos-saxons : Howard Shore (*Le seigneur des anneaux* et plus récemment *Spotlight*), James Orner (*Titanic*, *Avatar*), Dany Elfman (tous les films de Tim Burton et le générique des *Simpson*). La raison est autant économique qu'artistique : Hollywood, ne lésine jamais sur la bande-son, les moyens accordés aux artistes sont toujours considérables. En France, les productions de films sont généralement lancées en n'intégrant la musique qu'en dernier ressort, et souvent hors budget. Pour autant, une « école française » demeure. Alexandre Desplat, récompensé d'un Oscar en 2015 pour *Grand Budapest Hotel*, apparaît comme le digne héritier de Michel Legrand (*L'affaire Thomas Crown*), Maurice Jarre (*Lawrence d'Arabie*) ou Georges Delerue (*Platoon*). Tous les trois avant lui furent récompensés d'un Oscar.

HOLLYWOOD, ne lésine jamais sur la BANDE SON, les moyens accordés aux artistes sont toujours CONSIDÉRABLES.

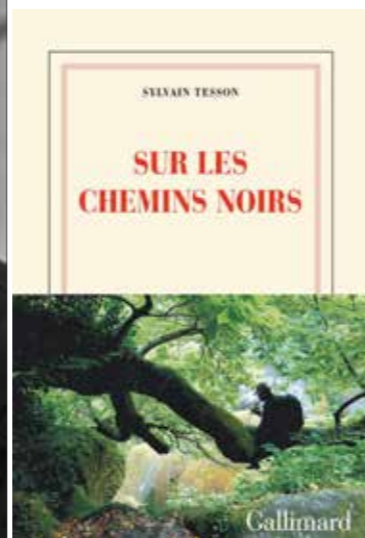


Le son du silence

« Un film sans musique est un film sans âme », assure Ennio Morricone. Pourtant, nombre de grands réalisateurs ont fait l'impasse, avec succès : Michael Haneke a obtenu la Palme d'or pour *Le ruban blanc*. Dans les années 1950, Henri-Georges Clouzot réduisit la musique à la portion congrue pour *Les Diaboliques* : Georges Van Parys composa un peu plus de deux minutes de générique de début et... 24 secondes pour celui de fin. Entre les deux, pas une note n'était donnée à entendre dans ce fabuleux thriller qui réunissait Simone Signoret, Vera Clouzot et Paul Meurisse (étonnant acteur et excellent pianiste).

2

IMMORTELS.



Sylvain TESSON

AU BOUT DES CHEMINS PAR MONTS ET PARAGRAPHES

Il m'aura fallu courir le monde et tomber d'un toit pour saisir que je disposais là, sous mes yeux, dans un pays si proche dont j'ignorais les replis, d'un réseau de chemins campagnards ouverts sur le mystère, baignés de pur silence, miraculeusement vides. La vie me laissait une chance, il était donc grand temps de traverser la France à pieds sur mes chemins noirs. Là, personne ne vous indique ni comment vous tenir, ni quoi penser, ni même la direction à prendre. » Méfiez-vous de Monsieur Sylvain Tesson, l'auteur de ces phrases. Au risque de succomber à son talent. Il dit cheminer alors qu'il a le sens du raccourci. L'intuition de l'itinéraire. Mettre autant de vies dans la vie n'est pas seulement pour lui une épreuve de force mais un rêve de gosse. Accidenté, retapé, Tesson l'écrivain a réussi. Bravo. On le lit page à page comme on marche pas à pas. D'un mot à l'autre. Ces chemins noirs sont ceux que les cartes qu'on n'appelle plus «d'état-major «rapportent en les traçant d'une fine plume à peine encrée. Ils sont de «traverse» ou de «voyage». Des chemins. L'anti-autoroute du tout prêt-à-savoir. Tesson est un alchimiste du cheminement. Un glaneur de moments. Son projet de traverser la France à pieds, du Sud au Nord, était une dinguerie. Donc il l'a fait. Le style Tesson ce n'est pas «voilà», mais «vois là!». Et cela change quoi ? Tout.

Sur les chemins noirs, Sylvain Tesson, Gallimard, 144 pages.

Jean D'ORMESSON

ORMESSON ET LUMIÈRES LE DROIT DU SANS

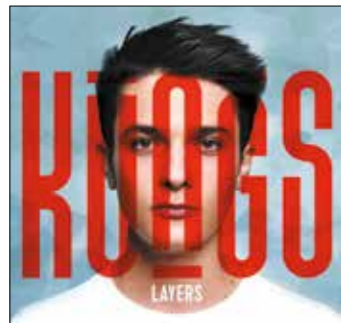
Quel luron, cet Ormesson! Jean d'O est un joyeux agaçant dans l'air du temps. Les vies de cet Immortel ne sont en rien académiciennes parce qu'elles défient le trait sensé tracer chaque trajectoire. Il y a en cet homme aux yeux bleus de vie le regard d'un passe-partout. Celui d'un scruteur de trucs. Un joyeux et bien vivant de quatre, vingt et dix ans désormais révolus. Agrégé des hautes écoles sans avoir enseigné (sauf quelques heures au lycée Jacques-Decours à Paris), membre de cabinet ministériel sans envie de carrière politique, directeur éditorial d'un journal (Le Figaro) sans carte de presse, Immortel à l'Académie Française (fauteuil n°12) sans jamais décevoir ses lecteurs : Ormesson a inventé le droit du sans. Ce n'est pas parce que nous ne sommes pas sensés «en» parler que l'on ne peut «en» parler. L'oeuvre littéraire d'Ormesson est une longue et séductrice conversation. Pour aller d'un rien à un tout. On disait jadis «voilà un coq à l'âne» : quand les sujets viraient à l'objet, quand les hommes ignoraient les dogmes, quand le temps n'était pas du vent. Ormesson est le Mary Poppins de ce qui se lit en France depuis voilà un demi siècle. Sa trouvaille dernière qui est aussi une retrouvaille en édition ? Un drôle «Guide des égarés». Rien d'étonnant pour celui qui déjà en 1978 publiait aussi chez Gallimard «Un vagabond qui passe sous une ombrelle trouée», un titre chipé avec astuce à Mao, alors empereur de Chine. Astuce ? Qu'en dit le Larousse : «Manière d'agir qui dénote de l'ingéniosité, de l'habileté et permet de se procurer des avantages ou de s'amuser.» Jean d'O reste décidément un astucieux.

Guide des égarés, Gallimard/Ed. Héloïse d'Ormesson, 128 pages.



Alex à l'écoute. Les sons de MUSIQUE

FRENCH touch.



KUNGS «LAYERS»

Pour ce jeune frenchy de 19 printemps natif d'Aix-en-Provence, tout a commencé en tête des charts avec la reprise du titre « This Girl » du groupe Cookin' on 3 Burners. Après nous avoir fait danser sur l'énorme tube « This Girl », DJ Kungs alias Valentin Brunel sort son premier album Layers. Si sa notoriété ne se discute pas, le gros challenge pour lui était de confirmer pour rester durablement dans le paysage musical et aller au-delà d'un simple tube de l'été. Ce premier album s'écoute avec plaisir. Entre marceaux dansants et plus légers, la formule fonctionne. Kungs nous offre une ambiance dancefloor sur fond de soul, de pop et musique du monde à travers 12 morceaux qui compose « Layers ». Mention spéciale pour « Wild Church » pour son côté hypnotique. « I feel So Bad » pour son efficacité dansante et Freedom qui a su rajeunir les solos de guitares électriques des années 80. En résumé, un album très happy qui saura accompagner vos soirées d'une ambiance festive.

JUSTICE « WOMAN »

Fleur de notre French Touch, le duo Justice revient au devant de la scène électro avec un troisième album, « Woman ». Révélé avec le remix planétaire « Never Be Alone » du groupe Simian au début des années 2000, on les considère comme les petits frères des Daft Punk tant leur ressemblance artistiques est troublante. Justice alias Xavier de Rosnay et Gaspard Augé ont malgré tout réussi à montrer leur talent et leur longévité. « Dance », « Civilization » ou encore New Land son autant de tube qui ont renforcé l'efficacité du groupe. Après l'album « Justice » sorti en 2007 et « Audio, Vidéo, Disco » en 2011, sur fond d'électro pop rock puissante, « Woman » prend une toute autre direction. Accent de soul à la Joubert Singer dans « Safe And Sound », d'électro rétro à la sauce Moroder dans « Alakazam », ce nouvel opus nous démontre que le Duo parisien a gagné en maturité. Bien qu'on reste dans un registre électro, « Woman » nous propose de belles surprises musicales qui seront probablement plus accessibles pour les non initiés. Un album efficace aux multiples facettes qui saura ravir tous les fans et les amoureux de la French Touch.



RETOURS gagnants.



VERONIQUE SANSON «DIGNES, DINGUES, DONC...»

La chanteuse est de retour avec son quinzième album et oui quinze déjà. Elle Ly aborde des thèmes forts qui ont marqué sa vie : l'amour, le passé, l'alcool. Malgré les épreuves, Veronique est toujours présente, avec « Dignes, dingues, donc... », elle nous livre un nouvel opus de qualité et à son image. Malgré les thèmes abordés, l'album reste joyeux et rythmé tout en proposant un subtil mélange de pop, de blues, de piano cher à son cœur et de voix chaude et vibrante qui a fait son succès. J'avoue avoir un faible pour son album les années Américaine. Dans, « Dignes, dingues, donc... », nous pouvons retrouver ce petit je ne sais quoi qui groovait dans « Alia Souza » ou bien dans l'inoubliable « Bernard's Song (Il n'est de nulle part) ». Fidèle à son histoire, elle revient sur ses d'amour passées dans « L'écume de ma mémoire » en duo Thomas Dutronc ou sur son rapport à l'alcool dans « Des x et des i grecs ». Petit bonus bossa dans « Et s'il était une fois » pour nous remplir le cœur de soleil. Veronique est peut être digne ? Comme elle l'affirme dans le titre de ce disque mais peu nous importe, le son est bon et on l'écoute avec plaisir.

FROM US WITH LOVE BRUNO MARS «24K MAGIC»

Quatre ans après son dernier album « Unorthodox Jukebox », Bruno Mars revient dans les back avec « 24K Magic ». A part une collaboration en 2014 avec Mark Ronson sur l'inoubliable « Uptown Funk », Bruno Mars n'était plus vraiment dans l'actualité musicale depuis 2012. Son retour était donc très attendu et autant dire que ce come back est des plus réussi. Dans le premier single « 24K Magic » de l'album éponyme Bruno Mars nous transporte tout droit dans les années 80 sur un air disco-funk. Mi Michael Jackson, mi Wham on est directement dans l'ambiance et le mouvement d'épaules commence à se faire naturellement, c'est dire l'efficacité. Bruno Mars est un amoureux de la fête et il le revendique dans ce premier titre. La pochette de l'album, parle d'elle-même on est clairement dans une ambiance bling bling, ça n'enlève en rien l'efficacité des morceaux de cet album. Tantôt groove des années 90 avec « Finesse », tantôt funk avec « Chunky » ou même Soul avec « Perm », 24K Magic nous replonge dans des sonorités et des ambiances d'il y a 20/ 30 ans et on adore ça. Bref vous l'aurez compris, album à se procurer et écouter au plus vite, ambiance garantie



DISNEY LOVES JAZZ

Disney a marqué notre vie à tous. Tout le monde a une mélodie qui lui trotte en tête quelque soit l'époque ou le un dessin animé. Walt Disney aimait le jazz et pour rendre encore plus inoubliable les titres les plus marquant de l'univers Disney les plus grands noms du jazz du moment ce sont réunis pour réorchestrer ces grands classiques : Melody Gardot, Stacey Kent, Gregory Porter, Jamie Cullum... entre autres sont à l'affiche de ce bijoux musical. « Everybody wants To Be A Cat », Bibbidi Bobbidi Boo », I Wanna Be Like You »... Chaque artiste interprète ces titres avec leur touche personnelle, ce qui fait toute l'originalité de cet album et une occasion pour les petits et les grands de découvrir ou redécouvrir l'univers féérique et festif de Disney ! Enregistré à Paris, Londres et Los Angeles, « Jazz Loves Disney », vous accompagnera tout au long de cet hiver au coin de la cheminée.

EXPOSITION ET POSITIONS
MODES en France



Suite et prolongation ! Comme au théâtre, quand le succès a du talent. Voilà les trois mots choisis à Paris par le Palais Galliera de la Mode (*) pour ne pas résumer ce qu'est le vêtement mais sublimer quelques bouts de dessins et de fils, quelques pièces de «vestiaire» (200 quand même) que la couture parisienne a su ourler dans une histoire. Bye, bye l'anatomie, le corps, les gestes, la vie ? Non. Evidemment. Qu'a dit Coco Chanel, déjà ? La mode c'est ce qui se démode ; ce qui passe ; ce qui s'efface. Comme un coup d'essuie-glace, plus d'un trois quart de siècle plus tard sur le pare-brise d'une limousine Uber garée en double file et estampillée «Fashion Week» ? Les a-t-elle seulement dit ces mots, La Coco ? La mode comme la raconte le Palais Galliera reste celle des «Grands». Discrètement éblouissante, l'exposition «Anatomie d'une collection» célèbre depuis mai dernier l'enthousiasme de la création depuis le XVIIIème siècle jusqu'à ces jours d'aujourd'hui. Bien sûr, la

fameuse robe dite «seins nus» de la collection automne/hiver 1984-1985 de Jean-Paul Gaultier est une époustouflante tête de gondole. Comme on disait : «figure de proue» aux temps des aventurières équipées de la marine à voile. Il fallait «épater». Et pourquoi pas ? Puisqu'il s'agit d'une navigation au long et au court. Plus de 200 vêtements donc - féminins mais pas seulement - et surtout bellement portés par Audrey Hepburn, Elsa Schiaparelli, Jackie Kennedy. D'envie, d'époque et de génie cette succession d'enthousiasmes pour un siècle à bâtir est agaçante de beautés tranquilles. Donc, vach'ment intéressante à voir. C'est l'idée. Elle est plutôt bien ficelée, cette mode passante. Cela a de la gueule. Comme on dit à Paris.

(*) *Jusqu'au 12 février 2017. Anatomie d'une collection. Musée Galliera, à Paris, 10 avenue Pierre-1er-de Serbie (XVI^{ème}).*

DE FIL en aiguille
DIM' DAM' DENTELLE

La dentelle fait parler d'elle, à nouveau. Et c'est tant mieux. Elle se cachait parce qu'elle s'imaginait d'un autre temps : démodée, coûteuse, fragile. Comme une porcelaine de fils soigneusement accrochés aux regards de ceux qui n'osent plus l'apercevoir. Est-ce, en septembre dernier aux MTV Video Music Awards, l'apparition de Beyoncé, la star mondiale des «prescriptrices», vêtue d'une robe de dentelle de Calais ? Est-ce le succès européen puis mondial remporté par les séries télévisées *Down-Town Abbey* ou *Grand Hôtel* - dont les superbes costumes féminins la mettent discrètement en valeur - qui contribue à ce regain d'intérêt ? Est-ce la volonté des plus grandes maisons de vêtements - et de couture plus ou moins haute - à présenter ces temps-ci des collections de lingerie, négligés ou corsages ?

La dentelle reprend du galon. Tant mieux pour un fleuron discret mais parfait de la manufacture française. Tant mieux pour le maintien d'un savoir-faire vieux de plusieurs siècles. Dim, dam, dentelle... Si de temps en temps la mode tient à quelques fils, que celui de la dentelle soit aussi de ceux-là. Non ?



Un air de NORMANDY
LE COCKTAIL OXYGÈNE

Alors que la planète Terre s'époumone à préserver son air, revient un cocktail né dans les années 1960 :

l'*Aerial Oxygen Cocktail*. Pas de bulles mais une mousse légère composée d'une boisson (jus de fruit ou lait) enrichie en oxygène gazeux. L'idée de ce mélange a jailli en Russie. Non pas dans un bar mais dans... le laboratoire d'un hôpital. Car des recherches indiquaient que l'apport en oxygène permettrait de réduire la fatigue chronique et de stimuler le métabolisme. La suite ? 50 ans plus tard, à L'Hôtel Barrière Le Normandy, pour accompagner les soins de bien être imaginés par Tom Volf, diplômé de médecine chinoise à Harvard, vous découvrirez un cocktail à l'oxygène à boire à jeun ou après un soin cabine. Goûtez à la mode air-action.



À SAINT BARTH
Barrière sur le CORAIL



Là-bas au bout de l'ouest de l'Atlantique, une île : Saint Barth. Et sous le soleil des Antilles Françaises la paix de ses plages bleu de mer et blanche de sable protégées par une barre de corail. C'est là que le groupe Barrière accrochera 5 étoiles fin 2017 après avoir rénové l'élégance d'un hôtel emblématique : le Carl Gustaf. Une «re-création» confiée au cabinet français d'architectes d'intérieur Gilles & Boissier. L'idée : le luxe, juste le luxe. Donc : deux Junior Suites et 13 cottages, tous avec piscines privées. Mais aussi : un loft (3 chambres, piscine et jacuzzi privés) et une villa privée (6 chambres et une piscine) à quelques pas de la plage de Shellbeach et de son atmosphère gastronomique et musicale douce à partager. «Un esprit festif» imaginé par le groupe Moma à la demande de L'Hôtel Barrière Le Carl Gustaf. Sans oublier les «fondamentaux» : le rendez-vous itinérant du Fouquet's ici aux Caraïbes avec une carte visée par le Chef Pierre Gagnaire ; et les soins de bien-

être et de Spa conçus avec le prestigieux expert Biologique Recherche. A bientôt là-bas où le soleil se lève à l'ouest.

+ 500 signes



The art of the swimsuit since 1971

Grrrrrrrr
LA GUÉ-GUERRE DU FEU

Li se répète ces temps-ci qu'un feu allumé dans une cheminée pendant 60 heures égale en émission de particules fines dans l'atmosphère respirable l'équivalent de dix-huit mille kilomètres (18 000 kilomètres !) parcourus par une voiture équipée d'un moteur diesel. Dont acte. Mais... Avec quel bois ? Acheté après traitement imputrescible - donc pétrolisé - dans une jardinerie, au supermarché ou dans une station-service ? Ou bien coupé, glané, ramassé au pied des arbres naturellement poussés chez vous ou dans les forêts voisines ? Pour quelle taille de foyer (ouvert ou fermé), d'âtre ou de poêle à bois ? Simple brûlée ou fastueuse flambée, comme ces énormes morceaux de troncs de vieux chêne enflammés dans les antres de Chambord ? Et la cheminée : équipée d'un convecteur ou pas ? Souvent le feu domestique a été à l'origine de querelles - même fiscales ou démographiques : dans un temps à peine deux fois séculaire, le recensement de la population ne se faisait-il pas en France sur le nombre de «feux» allumés dans chaque ville, bourg ou village ? Mais nul besoin de polluer davantage ce débat. Et si cette pas drôle gué-guerre du feu n'avait de vraiment durable que le temps qu'on veut bien lui accorder ?



JACKPOT à porter de pouce !

Les Casinos Barrière innovent en lançant la première application mobile « Barrière Pocket Casino ». Armez-vous de vos Smartphones pour tenter de gagner des centaines de cadeaux ! Après la folie des bonbons de Candy Cruch, place aux fruits des célèbres Bandits Manchots. Pensé comme un mini Casino de Poche, ce jeu ludique et malin, à porter de tous, promet des moments de plaisirs, frissons garantis !

TOUT, TOUT DE SUITE !
Génération «DARE-DARE»



Qui a coincé l'accélérateur sur vitesse grand V ? Pointée du doigt : la fibre Internet partout, la 3G dans le métro, la Wifi dans le train, la fin du Sms, le survoltage des applications... Un symptôme ? Le concept du « see now, buy now » («voir maintenant, acheter maintenant») qui met la lumière sur un tempo nouveau apparu entre le créateur, le vendeur et l'acheteur. Dans la mode, il fallait attendre six mois pour que les collections vues dans les fashion weeks arrivent - enfin - dans les boutiques. Burberry - le premier - s'est intéressé à «la frustration du consommateur» qui désire tout, tout de suite. Pour cela la maison a révolutionné les codes centenaires de l'industrie de la mode en proposant à la vente quasi-immédiate et à la

sortie des défilés des pièces qui venaient d'être montrées au public quelques instants plus tôt. Cette tendance «iilico», on l'observe aussi dans le e-commerce et ses livraisons «dans l'heure». Ce temps qui se définit en un claquement de doigt, c'est aussi le fonds de commerce de l'application Snapchat (150 millions d'utilisateurs). Le principe ? Envoyer des messages qui s'évaporent aussi vite qu'ils sont apparus. Mais... Et si l'attente avait des vertus ? C'est le parti pris de certaines marques ; comme Sézane, qui, depuis 2008, ne produit que deux collections par an, uniquement disponibles sur son site et en édition - comme en durée - limitée. Alors : «Dare-dare» ou «peinard» ? Un choix générationnel. Ou pas.



Dinard. Le Grand Hôtel et son histoire avec la baie de la Vicomté.



Le Normandy et Le Royal, majestueux à Deauville.

CES PIERRES qui ont bâti BARRIÈRE.

C'est un spectaculaire patrimoine architectural que possède et entretient le Groupe fondé voilà plus d'un siècle. Témoin d'époques et d'innovations, il ne raconte pas seulement l'histoire des Hôtels Barrière : partout en France il fait partie, ce patrimoine, «du» paysage et «des» paysages familiers balnéaire, urbain et désormais montagnard avec la récente ouverture de L'Hôtel Barrière Les Neiges à Courchevel. Ces pierres ont aussi bâti des images d'en France.





L'Hôtel CASINO BARRIÈRE LILLE Une ampleur de PIERRES EN VERRE

D'abord une façade de verre haute de 7 étages et hissée dans le ciel de Lille depuis cinq ans. A bien y regarder il y a comme une fine étrave de bateau dessinée par le crayon de l'architecte Jean-Paul Viguier. Comme pour installer la rencontre du mouvement, du voyage et de l'échange, c'est dans le puzzle inventif d'Euralille que le groupe Barrière a voulu ce concept audacieux dans son architecture de lumière comme dans ses espaces : en un seul lieu, 40 000 mètres carrés associent un hôtel 5 étoiles (125 chambres et 17 suites), 1 casino, 3 restaurants, 4 bars et 1 salle de spectacle de 1200 places.

Etonnamment rien de monumental ne sort de cette ampleur de verre. Elle se dévoile fluide et légère dans l'alliance des matières. A l'intérieur, le bois précieux, le grain des plus belles étoffes et les métaux habillent les volumes. C'est vrai dans le SPA au quatrième étage, c'est vrai aussi dès le premier étage, au restaurant grande carte Les Hauts de Lille qui, en mezzanine, dévoile une étonnante vue sur le parc des Dondaines.

À Lille le projet conçu en 2011
par l'architecte Jean-Paul
Viguier et décoré (à droite)
par Pierre-Yves Rochon a le
discret parti-pris de l'audace.





**DES PIERRES qui ont bâti Barrière ?
Il y a celles des CHÂMPS ELYSÉES : les pavés. .**

Au début, au bout des champs d'une campagne qui entoure encore Paris, il y a Fouquet. Chez Fouquet. A quelques arpents de la colline de Chaillot, un relais, une auberge, une étape pour les cochers qui font la «remontée» vers Versailles et la «descendante» vers Paris. Et du vin de la treille. Là tout se dit, se raconte, se colporte. Une boîte à infos, un réseau social avant l'heure. C'est vers la fin du XIXème siècle que ces champs de campagne sont devenus élyséens. Et voilà que le Fouquet - changeant de propriétaire - porte désormais une apostrophe suivie d'un S à son nom. Fouquet's. Because la mode «englishmania», Entente cordiale oblige avec la Big Ben de Londres. . Pour autant, un siècle et demi plus tard - avec apostrophe et S substitué - le Fouquet's demeure une institution 100% parisienne. Une brasserie de caractère, un hôtel 5 étoiles, un bar époustouffant - Le Lucien - etc. Voilà. Le vrai patrimoine du Fouquet's est dans ses murs autant que dans son esprit pétri d'histoires à ne pas s'endormir. En 2017 L'Hôtel Barrière Le Fouquet's s'agrandit. Un grand plein de travaux qui vont jeter un pavé très parisien dans la vitrine des apparences. Voilà pourquoi et comment les pierres du Fouquet's sont des repères.



Le Fouquet's. Paris de jour et de nuit. En dehors et en dedans. Le luxe élyséen.





Au bout de PLUS d'un siècle, ils sont devenus des REPÈRES dans des PAYSAGES FAMILIERS

C'est d'une pierre dans une main qu'est né le groupe Barrière. L'histoire est connue : François André, visionnaire balnéaire, a la possibilité d'acquérir au «jet de caillou» une surface de terrains qu'on lui propose en lançant une pierre qui chaque fois relancée jusqu'au bout du jour, du sud au nord et de l'est à l'ouest, dessinera le périmètre de sa future propriété. Il tombe le veston. Mais garde sa détermination. A la soirée tombante, la première pierre qu'il a lancée est devenue un joyau. Son nom ? La Baule. Ensuite bien d'autres pierres ont bâti Barrière. Elles sont parfois des briques car dans les années 1920 les techniques de construction, d'extension et de rénovation de bâtiments évoluent en même temps que les contraintes liées à la «modernité» : ascenseurs, réseaux de téléphone, salles de bains et eau chaude... Mais tous ces établissements au bout de plus d'un siècle sont devenus des repères dans les paysages des côtes et des plages françaises de la Manche à la Méditerranée.



Un siècle d'imagination dans les plus beaux paysages en France et ailleurs.





Vue d'un balcon du Majestic. La baie de Cannes dans son écrin du matin.



Deauville dans ses couleurs made in Normandy.



La plage du Gray d'Albion devenue tranquille au bord du soir.



À La Baule, depuis un siècle, L'Hermitage invente des rêves de mer et de sable.

La mer n'est pas un prétexte, elle est le PILIER de cette idée encore RÉVOLUTIONNAIRE au milieu des années 1920 : les loisirs !

Le Touquet, Deauville, Dinard, La Baule, Cannes. Ces noms incarnent le luxe du tourisme balnéaire imaginé par les fondateurs François André et Lucien Barrière ; puis transmis à Diane Barrière-Desseigne et relevé par Dominique Desseigne. C'est pendant ses voyages fréquents entre ses hôtels de Deauville et La Baule que François André a fabriqué son concept du «resort» qui consiste à réunir en un même périmètre confort, divertissement, sports, gastronomie et bien-être. La mer n'est pas un prétexte, elle est le pilier de cette idée encore révolutionnaire au milieu des années 1920 : les loisirs ! Et l'engouement pour la thalassothérapie et la plage. Les touristes découvrent aussi une facilité de déplacements avec l'essor de l'automobile. Fini les séjours dans de grandes villas vieillottes transformées mais mal adaptées à l'hôtellerie. Il faut donc construire des lieux vastes et confortables, en prise avec l'esprit moderne de l'époque, conçus pour ce qu'ils doivent être : des hôtels. Les chantiers se succèdent dont l'un des plus spectaculaires sera L'Hermitage, ouvert en juillet 1927 et construit en un délai record de près d'un an. Bâti pour accueillir : cette philosophie reste la même, un siècle plus tard.

Le groupe Barrière l'affirme : comme ici à L'HÔTEL DU GOLF À DEAUVILLE, les paysages, la TERRE travaillée et l'environnement sont un PATRIMOINE PRÉSERVÉ le plus possible de tout impact écologique.

Chaque lieu, chaque terre du groupe Barrière a sa couleur : le blanc de la façade mythique du Majestic à Cannes, le rouge des balcons de L'Hermitage à La Baule, les camaïeux de la Toile de Jouy qui habillent les intérieurs du Normandy à Deauville, le bleu profond de la baie devant Le Grand Hôtel à Dinard, le gris chic des abords du Fouquet's à Paris. Sans oublier le vert des gazons de L'Hôtel du Golf à Deauville. Cependant, pour le Groupe, la terre ce n'est pas seulement un sol où l'on creuse des fondations pour bâtir, où l'on dessine de jolis jardins. Elle est, elle aussi, un patrimoine. En 2013 sous le nom Planète Barrière, le dispositif Développement durable du Groupe a été le premier mis en oeuvre en France, en accord avec les normes de certification dites «ISO 14001». Cette démarche environnementale volontaire implique une autre vision de la gestion de son patrimoine ; notamment dans une dynamique durable de prévention et de limitation de ses impacts écologiques et énergétiques. Au total elle concerne la soixantaine d'établissements du groupe Barrière : hôtels, casinos, golfs, tennis, laboratoire culinaire, siège social.



Golfs et nature. Plein vivre et bien-être, une autre proposition des Hôtels Barrière.



L'Hôtel Barrière Les Neiges
à Courchevel 1850.



Innover pour surprendre. Rénover pour transmettre. Créer des univers de bien-être. Après Courchevel 1850, les projets d'innovation pour le Groupe se tournent à nouveau vers la mer. Mais de l'autre côté de l'Atlantique, sur l'île de St Barth, avec l'inauguration fin 2017 d'un hôtel de très grand luxe, L'Hôtel Barrière Le Carl Gustaf. Deux autres projets - de rénovation cette fois - concernent Le Fouquet's à Paris et L'Hermitage à la Baule. Au Fouquet's, qui fermera six mois à partir de janvier 2017, la rénovation consistera aussi - dans une vague de travaux qui dureront jusqu'à 2018 - en une extension vers les Champs Elysées avec 19 suites et chambres décorées par Jacques Garcia. A L'Hermitage, il s'agit de proposer une offre toujours mieux adaptée pour des séjours à 2, en famille ou entre amis.



Sur l'île de SAINT BARTH, à l'autre bout de l'Atlantique, en plein SOLEIL, Barrière vous propose de partager son ESPRIT DU LUXE dans le bleu de la mer et sur le blanc du sable.



20 000 messages en océans

Ce que disent les BOUTEILLES à la mer.

110 ans après avoir été jeté en mer, un flacon bouché contenant une carte postale timbrée avec retour à l'expéditeur a été retrouvé à l'autre bout de la plage. Intact. Expérience scientifique ou pari romantique ?

Une bouteille à la mer... C'est comme une aiguille dans une meule de foin. L'impossible de tous les hasards et le hasard de tous les possibles. Sauf qu'une bouteille à la mer cela peut se retrouver sur le sable. Tandis qu'une aiguille... Une bouteille à la mer, c'est sans doute l'un des plus vieux des réseaux sociaux. Un bouchon et une chopine ou un cruchon = un clic. Avec une approche simple : «Coucou. Je suis et viens de là. J'ai voyagé sur le petit bout de papier glissé dans cette bouteille. Veux-tu (voulez-vous) me retrouver ? Venir me retrouver?» Et là, commence le souci. Non pas comme dans le film «Brice de Nice 3» (avec les déjantés-cintrés Jean Dujardin et Clovis Cornillac) dont, cette année, le très frapadingue point de départ du scénario - en 2016... - est un mot trouvé dans une bouteille flottante fatiguée de surfer sur l'eau. Non pas, non plus, comme dans la chanson universelle et un peu énigmatique de Police et Sting - «Message in a bottle» (1979). Une bouteille à la mer c'est un «SOS to the world»? Un appel à âme qui vive ? Dans l'espoir d'être découvert, contacté, retrouvé ?

La bouteille à la mer a inspiré des idées, des mythes, des romans et des trucs poétiques. Mais ses véritables inventeurs avaient autre chose en tête que de faire rêver les filles - ou les garçons - sur des récits d'aventuriers égarés et éperdus d'elles, là-bas, sur des îles lointaines entourées de sable nacré et de mers transparentes. C'étaient des temps - voilà deux siècles - où les sonars marins n'existaient pas. Le commerce et les liaisons maritimes d'un continent à l'autre exigeaient de connaître mieux les humeurs et les constances des océans d'un hémisphère à l'autre. Surtout, la force de leurs courants que la navigation à la voile devait endurer et chercher à mieux maîtriser. Bref moins romantique que prosaïque. C'est pourtant ainsi que voilà 110 ans une bouteille a été jetée dans la mer du Nord le 30 novembre 1906 par le scientifique britannique et biologiste marin George Parker Bidder (1863-1953). L'audace de cette démarche scientifique alors moderne parce que in-expérimentalement prouvée tient dans la détermination de son décideur. Car le plus étonnant reste que, dans son processus de recherches scientifiques entre 1904 et 1906, le très méthodique Bidder a ainsi jeté à la mer quelques 1020 bouteilles vidées de leur vin ou whisky. 1020 ! Rien n'indique que ces flacons ont été le fruit d'une consommation personnelle - mauvaise plaisanterie - malgré la quasi-similitude (à 70 exemplaires près) du nombre de contenants et de tests scientifiques mis à l'eau chaque jour pendant trois années. Non car cette fréquence

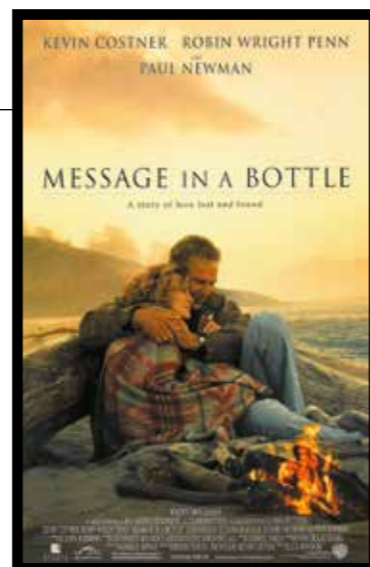
Si l'idée vous vient de jeter une bouteille par dessus-bord, mieux vaut éviter le PLASTIQUE.

inhabituelle a permis bien des «retours d'informations». Ainsi, George Parker Bidder avait remarqué que les bouteilles qui coulaient vers le fond revenaient ensuite vers les plages britanniques tandis que celles qui flottaient s'éloignaient en direction du continent. Ce qui l'avait amené à en déduire que les courants profonds marins en Mer du Nord allaient d'est en ouest, tandis que les courants supérieurs étaient orientés d'ouest en est. Mine de rien, bien des installations sub-marines - câbles, routes militaires sous-marines, etc. - doivent beaucoup à ces bouteilles de verre finalement pas si fragiles. Glissée à l'intérieur de chaque bouteille, une carte postale timbrée incitait celui qui la trouverait à la renvoyer au laboratoire de recherche de biologie maritime de Plymouth (Marine Biological Association, MBA), contre la promesse de recevoir «un shilling» de récompense pour sa trouvaille et sa bonne volonté. Voilà comment la très britannique MBA, fondé en 1884 - après plus d'une année d'enquêtes et recoupements - est en mesure d'annoncer que la bouteille, qui a été retrouvée en avril 2015 sur une plage allemande des Iles Frisones par une retraitée de la poste - c'est-à-dire 108 ans et 138 jours après avoir été jetée à l'eau par le biologiste George Parker Bidder - est bien le plus vieux message envoyé à la mer jamais retrouvé. Le précédent record, enregistré au Guinness des records, était de 99 ans et 43 jours.

Certaines de ces bouteilles de verre aussi fortes que des coquilles d'oeuf ont donc survécu à plusieurs vies dans les vagues. Des traversées, des tempêtes et des navigations que personne ne saura jamais. Pour porter un message émouvant d'endurance ; mais toujours utile de science ? Ou peut-être d'une évidence. Car il arrive que les courants soient aussi rapporteurs de nouvelles plus toxiques : en France, sur une plage du Pas-de-Calais, fin novembre 2016, un promeneur a ainsi découvert un... petit pot de yaourt Yoplait. Intact. Et parfaitement scellé. Moins glamour mais avec une étonnante estampille publicitaire : «Le yaourt officiel des Jeux olympiques de Montréal». Date de péremption : 1976... Quarante ans de navigation ! Courants ou pas, ce petit pot de yaourt avait de la bouteille devant lui. Car il aurait fallu plus de 600 ans avant que ce simple emballage plastique enfin dégradé disparaisse de la surface de la planète Mer. Donc si l'idée vous vient de jeter une bouteille par dessus-bord, mieux vaut éviter le plastique.

QUAND HOLLYWOOD SE JETTE À L'EAU

Quelques lignes tapées à la machine à écrire. C'est, encore une fois, une lettre d'amour à une épouse aimée mais morte. Un feuillet roulé et glissé dans une bouteille vidée d'un excellent vin italien, jetée à la mer depuis un élégant voilier. C'est l'Atlantique. Et puis cette bouteille-là, échouée, est retrouvée sur une plage du Cape Cod, dans les eaux chics du Massachusetts, sur la Côte Est des Etats-Unis. Après quelques dizaines d'autres lancées par dessus le bord de tant de longues années. Poétique ? Ici, pour les pêcheurs au chalu, à la palangre et aux lignes, le Cape Cod reste «le cap de la morue», un poisson âpre à gagner, dur au travail. Ici les bouteilles se vident, elles ne se remplissent pas de mots. Cette «Bouteille à la mer» née d'une histoire vraie est le titre d'un superbe film projeté sur les écrans en 1999 : Kevin Kostner, Robin Wright et Paul Newman y sont épatants de sentiments étanches à la mièvrerie. Cette bouteille à la mer est un pied de nez à l'éphémère.



VIVRE SUR UNE ÎLE À PARIS ? LIVE ON AN ISLAND IN PARIS ?

*Un art de vivre réservé à quelques privilégiés...
The finest French art of living just for the happy few...*



UN EMPLACEMENT EXCEPTIONNEL POUR UNE RESIDENCE EXCEPTIONNELLE

A l'abri des regards sur l'île de la Jatte, véritable écrin de verdure en bord de Seine, voici une adresse inédite, parmi les plus recherchées de la capitale. Intimiste, élégante et intemporelle, la résidence Neuilly-La-Grande-Jatte arbore fièrement une architecture inspirée du style Art déco. Cette réalisation privilégie des matériaux nobles et pérennes comme la pierre de taille. Ses appartements de prestige, baignés de lumière, aux vues dégagées vous sont aujourd'hui destinés et personnalisables selon vos goûts et votre style de vie.

AN EXCEPTIONAL LOCATION FOR AN EXCEPTIONAL RESIDENCE

Strategically placed equidistant of Defense, the first European business district and the Champs-Élysées, the most beautiful avenue in the world, discover the Neuilly-La-Grande-Jatte residence, on the quiet isle of Jatte, a green oasis on the Seine. This magnificent setting is for those who want to enjoy the benefits of the French capital in all tranquility and to preserve their privacy. With its Art Deco architecture, this dressed stone residence is of timeless elegance. Spacious and bathed in natural light, those apartments have been designed with the utmost attention to detail, to provide unprecedented comfort with very high quality amenities, according to your lifestyle.

SEGER Paris - Île de France | 50, av. de Wagram - 75017 Paris

+33 (0)1 40 55 52 22 | www.seger.fr | www.neuilly-la-grande-jatte.fr

Contact : M. DU LUART | +33 (0)6 14 03 26 24

LE PROMOTEUR DE L'IMMOBILIER
HAUT DE GAMME DEPUIS 1976

Habitez la qualité durable



THE FRENCH HIGH END PROPERTY
DEVELOPER SINCE 1976

Enjoy a life of sustainable quality

LE VELOURS

LONGTEMPS "BOUDÉ"...
IL REPREND SON TOUR !

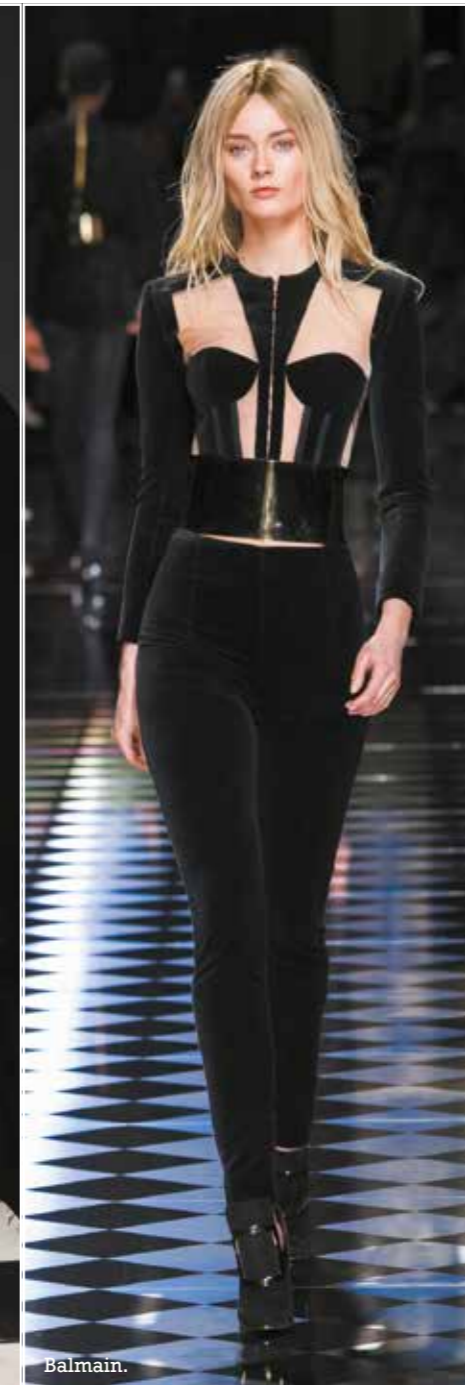
De soie ou de Gênes, porté aux pieds ou taillé en jupe courte, tapissé sur canapés ou accroché aux fenêtres, le velours était un tissu millénaire mais oublié. Avec tambours et trompettes cette année de mode lui réserve un retour spectaculaire. Et... planétaire.

Par PAULA DAUBRESSE.

Villosus. On trouve l'origine du velours dans ce terme latin qui signifie poil. Car le velours est bien le fruit d'un tissage, de fils que l'on rase ou que l'on coupe après les avoir répartis uniformément. Il peut être de laine, de chanvre, de coton et surtout, de soie. Fabriqué par la main de l'homme, il est le fruit d'une technique vieille de mille ans. Mille ans. C'est bien l'âge qu'on lui donnait à ce vieux velours... Quand on l'associait encore aux solides pantalons côtelés ou aux fauteuils lustrés d'une vieille tante. Pourtant. Cet hiver 2016-2017 en fait la matière de tous les dressings et de toutes les inspirations décoration. Ikéa habille son mobilier des velours de l'éditeur Designer Guild pour une collection capsule. Gucci sacre son nouvel it-bag de la caresse du velours avec le Miulady, et les créateurs ont donné de la douceur à leurs collections en drapant leurs mannequins de soierie. Balmain, Comme des Garçons, Saint Laurent et bien sûr, toutes les marques de prêt à porter ont sorti griffe et ciseaux.



Comme des Garçons.



Balmain.



Saint Laurent.



Et si, avant
le PLAISIR des
yeux, c'est le
plaisir du
TOUCHER qui
devrait compter,
ou l'importance
de créer
une relation
CHARNELLE
avec son
vêtement ?

Sinon ? On aperçoit aussi une cuissarde en total velours chez Zara et des robes chez American Apparel. Des accessoires, des touches cotelées ou pas et qui donnent ici et là aux silhouettes des vêtements comme aux tissus des intérieurs des accents de tendresse. Finis les clichetons cacochymes.

Si la force d'une matière est dans sa durée, le velours est rudement costaud. Historiquement déjà, l'engouement qu'il provoque est universel et sans hiérarchie de classe puisque sa solidité comme sa brillance ont été éprouvées sur les luxueux atours du roi François 1er ; plus tard sur la redingote des bourgeois du XIX^{ème} siècle ou bien les pantalons des ouvriers-compagnons. Une matière qui, bien que tissée de fils moins nobles que la soie – et donc moins chers – peut garantir un toucher tout aussi délicat même s'il ne garantit pas la brillance.

Et si, avant le plaisir des yeux, c'est le plaisir du toucher qui devrait compter, ou l'importance de créer une relation charnelle avec son vêtement ? Après tout, le poil latin de « villosus » n'était-ce pas l'indice qui susurrerait « seconde peau » aux amoureux du velours ? Une seconde peau qu'on imagine bien plus agréable qu'un fil de laine roulé en col gratteur. 2017 aimera donc le velours ! En coussins, en rideaux, aux pieds des élégantes comme au corps des dandys. Jardin de roses éphémères ? Ou juste clin d'oeil à un retour de choses millénaires ?

ET SI LE LUXE
ULTIME, C'ÉTAIT
D'AVOIR DU
TEMPS



FORD MOTOR COMPANY PRÉSENTE

VIGNALE



Go Further

Consommations mixtes (l/100 km) : 4,2/7,6. Rejets de CO₂ (g/km) : 99/176 (données homologuées conformément à la Directive 80/1268/EEC amendée).

Ford France, 34, rue de la Croix de Fer - 78122 St-Germain-en-Laye Cedex. SIREN 425 127 362 RCS Versailles.

ford.fr

Profession : anonyme.

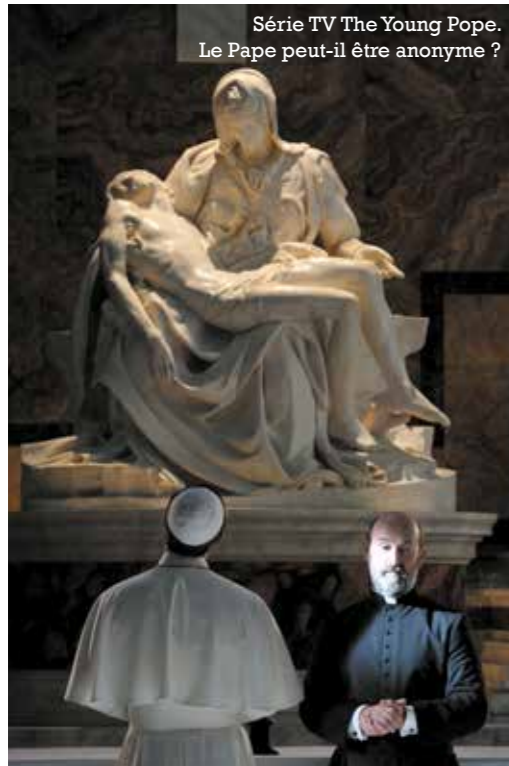
Haut les MASQUES !

Je, tu, il (elle) avance masqué(e). L'anonymat est à la mode. Enfin... «On» le dit.

Par MANON D'AMPREINT.

Il se dit et s'écrit que nos époques nées en 2000 s'épanouissent dans la «transparence», le miroir des réseaux sociaux sans masques, la sincérité des apparences, etc. Pourtant. Rarement l'anonymat - la stratégie du paravent - n'a été aussi présent. Aussi pesant. Il y a l'anonymat de marketing - fut-il musical comme celui de Daft Punk, un groupe français de sons électroniques planqué sous des casques bizarres mais aux succès planétaires. Il est composé de Thomas Bangalter et Guy-Manuel de Homem-Christo - même leurs vrais noms sonnent comme des pseudos. Il y a l'anonymat romantique qui raconte des histoires au cinéma ou dans les séries télévisées, comme «The Young Pope» (Le Jeune Pape) - avec un fantastique Jude Law - dont la force de l'anonymat se camoufle dans le masque d'une vie cousue de l'intérieur. Il y a l'anonymat militant : les «think tanks», ces clubs apporteurs d'idées ou de réflexion politique, économique ou stratégique, réunis sous un nom collectif le plus souvent inspiré - en France - par des héros de l'antiquité grecque ou latine.





Série TV The Young Pope.
Le Pape peut-il être anonyme ?

Il y a aussi le vrai-faux ANONYMAT VIP : celui qui sort la panoplie des noms d'emprunt, des sorties d'hôtels par les cuisines, des berlines à VITRES FUMÉES, des coupe-file Premium dans les aéroports.



Zorro, un justicier derrière un rideau.



Daft Punk
Casques et disques d'or.

Il y a - évidemment - l'anonymat scélérat : celui de la délation tendance corbeau, hélas commun à de nombreuses époques. Il y a aussi le vrai-faux anonymat VIP : celui qui sort la panoplie des noms d'emprunt, des sorties d'hôtels par les cuisines, des berlines à vitres fumées, des coupe-file Premium dans les aéroports. Car être anonyme ne signifie pas vouloir être invisible. C'est le syndrome de Zorro : je-porte-un-masque-quand-je-veux, pour-dire-et-faire-ce-que-je-veux. Avant de revenir à mes apparences. En fait cette quête d'anonymat est le contraire de celle du passe-muraille : l'effacement. Cet anonymat-là vise le contrôle total de l'action, du métier ou du jeu qu'on mène. Pour se jouer de la transparence, décrétée vertu première. Mais pour que cela se sache, quand même. Voilà comment l'anonymat est une drôle et très efficace ficelle. Enfin... Puisque la transparence demeure impérative, il convient de dire que ce que vous venez de lire a été écrit sous pseudonyme. On ne sait jamais.



Le sommeil réparateur est cousu main

Nous passons un tiers de nos vies à dormir. Chez Hästens, la valeur véritable d'un sommeil profond est notre passion qui dure depuis des générations. Nos lits, faits main en Suède, avec les meilleurs matériaux naturels et par nos habiles artisans, sont plus qu'un produit ; ils sont un investissement pour la vie. Un lit Hästens change votre manière de dormir.

[hastens.com](https://www.hastens.com)

Hästens 
Since 1852

HÄSTENS STORE PARIS

48 RUE DU BAC, 75007, PARIS, TEL: 09.67.08.87.17 ruedubac@hastensstores.com

Qui est à l'endroit ?

Bienvenue chez les GAUCHERS.

Tous continents confondus, 20% (ou plus) des hommes et des femmes sont gauchers. Ils écrivent de la main gauche, tournent une clé de la main gauche, etc. Pourquoi ? Et pourquoi pas...

Par PIERRE-JEAN BASSETERRE.

Un gaucher ou une gauchère, comment ça marche ? En posant un pied devant l'autre, sans s'arrêter. Fastoche, la blague. Pas si sûr. Parce que, à dire vrai, la question n'a jamais trouvé de vraie réponse. Sauf - peut-être - militaire. Exemple ?

Le bouclier. Qui a jamais porté un bouclier au bras droit ? Un gaucher. Les académies médicales - anthropomorphiques, neurologiques, psychologiques - du monde entier estiment que «si les gauchers sont habiles de la main gauche c'est parce que, dans leur cerveau, l'hémisphère droit est dominant». Là, il faut faire une pause. Si vous prenez quelques secondes de réflexion pour faire plus simple, cela dit quoi ? Cela se répète : «Si les gauchers sont habiles de la main gauche c'est parce que, dans leur cerveau, l'hémisphère droit est dominant.» Bon. En clair : on circule et on respecte la priorité à droite ? Car il a, paraît-il, fallu de très longues et éminentes

études pour établir ce qui n'est qu'une simple réalité : près de 20% - peut-être même un quart - des hommes et des femmes, êtres humains vivants sur Terre, sont eux et elles des gauchers. Comme Julia Roberts ou Barack Obama (*). Et alors ? Dans le monde, deux conducteurs d'automobiles sur trois roulent à droite. Le tiers restant circule à gauche. Droitiers ou gauchers. Et alors, donc ? Cela veut dire que la droite attitude ou rectitude n'est pas une norme universelle. Même si, très longtemps, les gauchers ont été disciplinés à devenir droitiers. Les outils, les ustensiles, les gestes du quotidien, l'apprentissage à l'école, l'ergonomie de tous les appareillages étaient vue, appréhendée, emmanchée du point de vue du droitier... Il fallait que le gaucher s'adapte, contourne ce qui apparaissait sinon comme un handicap ou comme une «contre-manière». On les nommait d'ailleurs les «gauchers contrariés» comme le furent le si «psy» Sigmund Freud - eh bien, oui! - ou le fin, si fort d'esprit et d'essentiel Pierre Desproges qui affirmait : «Moi, je



Gauche à terre, tribord en mer. Barack Obama.

«Les entreprises multiplient les produits conçus pour les gauchers». Eh, oui ! 20% DE LA POPULATION - c'est-à-dire des consommateurs - cela s'appelle «UN MARCHÉ».



suis un gaucher contrariant. C'est plus fort que moi : il faut que j'emmerde les droitiers.»

Pour la première fois, en 1947, un rapport du ministère français de L'Instruction publique évoquait -pour la dénoncer- la contrainte faite aux élèves gauchers «de devoir écrire de la main droite». Le message ? Etre gaucher n'est pas un handicap. C'est une manière d'être dans un monde de droitiers. La Terre a deux hémisphères. Elle a un Nord, elle a un Sud. Rien n'est établi. Ni directif. Ni déterminant. A la même époque, aux Etats-Unis, un institut de sondages n'a-t-il pas, après une enquête inattendue, suggéré le fait que les gauchers votent majoritairement à droite ? En plus de cette minuscule éprouvette de mauvaise science politico-électorale, longtemps des réponses ont été cherchées à... droite et à gauche. De là à dire que depuis plus d'un demi siècle les gauchers sont une «cible» en terme de marketing ? Récemment Le Figaro Economie, sous la rubrique L'Histoire, affichait la couleur avec ce titre : «Les entreprises multiplient les produits conçus pour les gauchers». Eh, oui ! 20% de la population - c'est-à-dire des consommateurs - cela s'appelle «un mar-

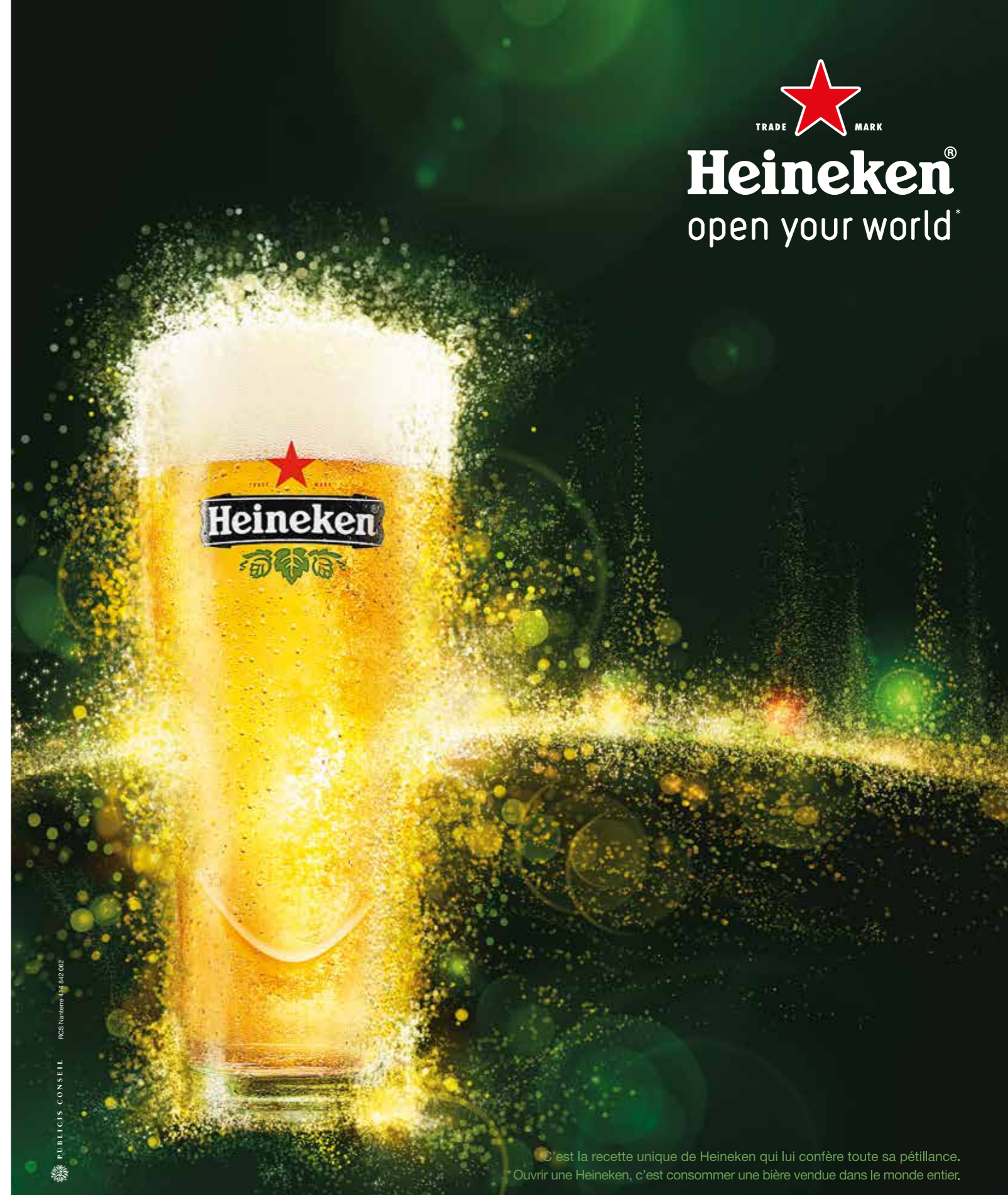
ché». Sauf que bien des gauchers ont appris à faire autrement. Pas seulement les artistes. Un exemple, pas si lointain, dans le XX^{ème} siècle : Paul Mac Cartney, l'une des âmes des Beatles. Pour le piano, la batterie ou la cornemuse (il en a joué) pas de problème. Mais pour la guitare basse ? Les instruments à corde (leur technique et leur esthétique) sont dessinés pour les droitiers. Alors ? Les clés qui tendent les cordes sur les Rickenbacker ou les Gibson brillent en haut pour les droitiers. En bas pour les gauchers qui doivent bidouiller en jouant à l'envers. Depuis, les luthiers - artisans ou industriels - ont eux aussi aperçu le marché que constitue cette «niche» d'artistes. Donc ils ont «gauchi» leur catalogue en proposant des instruments conçus pour deux mains, à l'inverse du jeu des droitiers. Parce que tout commence au début, comme disait M. de la Palice, le ministère de l'Education nationale propose désormais une offre de fournitures destinées aux élèves gauchers. CQF...D comme droitier ou CQF...G comme gaucher ? En tous cas c'est une manière bien adroite pour des sociétés comme Fiskars, Maped ou Bordas d'éviter de fâcheux et inutiles coude-à-coude.

Dr-auche ou g-roite ?

Bien des sites proposent des produits élaborés pour un usage «spécial gauchers». Des objets parfois inattendus. Exemples : le boomerang (28,80€) ; la casserole à bec verseur (36,90€) ; les ciseaux (scolaires ou non), manucure ou couture (de 1,81€ à 38,72€) ; le gant à huitres avec couteau (28,69€) ; la guitare (à partir de 199€) ; les dessins et coloriages (1,01€) ; et l'inévitable tire-bouchon à la vrille tournée autrement (4,10€). Ces sites ont même leur fête, inscrite le 13 août sur le calendrier. Une date choisie pour souligner la «superstition du gaucher diabolique» ? C'est le hasard. Comme celui qui fait que, au péage de l'autoroute, la file la plus rapide est celle de droite ou de gauche. Qu'on n'a pas choisie. lamaingauche.com ; lesgauchers.com

TRADE MARK

 Heineken®
 open your world*



C'est la recette unique de Heineken qui lui confère toute sa pétillance. Ouvrir une Heineken, c'est consommer une bière vendue dans le monde entier.

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

Gucci GANG

À BAS LE COUP DE VIEUX !

Elles se piquent de mode en détournant les codes. Et s'offrent plus qu'un succès d'estime sur Instagram. Surtout ces quatre ados pas fo-folles nées en 2000 s'amuse entre ironie, respect et rébellion. C'est frais, inattendu et bienvenu.

Par PAULA DAUBRESSE.

Gucci. 4 lettres. Instagram boule et boule et collé gang. Et voilà «Gucci Gang». Mais c'est quoi ? Un truc de et pour filles ? Pas seulement. C'est vrai : elles sont des filles. Ados. 17 ans au maximum. Elles ont une nostalgie pour la mode de la décennie d'avant leur naissance - il y a donc une é-ter-ni-té - et une vraie culture de l'image - celle que l'on aime et donne à voir. Surtout : elles en parlent, elles le montrent, elles s'en amusent aussi. Déjà certains grognons parlent de bruit quand d'autres célèbrent une ode à l'adolescence. Gucci Gang est donc un carré de filles ados : Annabelle, Crystal, Angelina et Thaïs, élèves parisiennes dans le secondaire. Avec un truc en plus : à Paris, et pas seulement, elles sont dans le monde de la mode les «étonnantes» qui agitent 30 000 abonnés sur Instagram. Mais avant d'avoir sur Instagram un début de début d'influence, ce «Gucci Gang» parlait déjà d'allure, de silhouettes, de poses, de fringues.

Un ensemble d'accessoires, des angles de prises de vue, des moues, des postures. Toujours toutes les quatre. Avec des bouts de ficelle et des lumières chopées à la bonne volonté du ciel. Ces frimousses-là, elles semblent avoir absorbé toute l'esthétique des années 2000 pour la faire exploser à chaque photo postée sur le réseau social. Leur règle : la dérive dans une fausse sophistication. Bref : elles se moquent et s'amuse. Leurs lunettes de soleil débarquent du 1er clip des Spice Girls ; à suivre : Jean's Denim, jogging, bling ou pas bling, provoc', rap ou R'n'B vintage 2000. Et tout le monde les adore. Les marques, les médias, leurs «followers». 2000. C'est l'année de leur naissance.

Leur naissance dans la vraie vie : bonjour maman, bonjour papa. Seize ans plus tard, elles sont des bébés devenues bientôt grandes. Et curieuses des créations vestimentaires, artistiques mais déjà démodées. Surtout pour une génération fulgurante - celle qu'on appelle les Millenials - qui ne serait piquée ni du virus de la nostalgie ni de celui du «sans trop espoir pour demain». Thaïs, Crystal, Annabelle et Angelina sont 4 visages de l'adolescence d'aujourd'hui. 4 regards aussi. Elles ont entre 15 et 17 ans, elles vont au lycée, habitent à Paris. Leur quotidien

- tel qu'il est montré à leur public sur leurs comptes personnels Instagram - est celui, banal, d'adolescentes de leur âge. Leur amitié, elles en parlent avec candeur dans un documentaire filmé et réalisé par Alexandre Silberstein. Leur idée de la mode est celle du jeu, de l'instinct. Surtout, disent-elles, ne nous prêtez aucune profondeur esthétique.

Mais pourquoi pas, un peu d'intuition ? Entourées par un agent - Olivier Lafrontiere, WM Models - elles ont compris la puissance de l'image, de la communauté des réseaux sociaux et le moyen d'en faire quelque chose. Ce quelque chose, elles ignorent en «quoi» le muer. Cela ne les empêche pas de s'en réjouir aujourd'hui, avec des marques qui partagent avec elles leurs collections. On les voit d'ailleurs partout. Au Festival de Cannes (Thaïs est la fille du réalisateur Cédric Klapisch), en couverture de L'Officiel, dans Vogue, aux soirées et aux défilés des Fashion Week, habillées en Chanel, en Supreme, en Adidas, en Courrèges, etc. Eclectiques et joliment insolentes, incarnent-elles «la jeunesse d'aujourd'hui» ? Elles sont une approche en même temps qu'une perspective pour les marques ; certains disent une aubaine pour la mode que bousculent des égéries façonnées new age ; une clé pour séduire et comprendre les consommatrices de demain qui accrochent ou se lassent en un clic et dont aucun pro du marketing ne sait prédire leurs comportements d'achat.

Pour les «plus âgé(e)s», l'iconographie du Gucci Gang est une sorte de nouvelle vague, où les légendes Instagram, les moues et les tenues de la décennie précédente pourraient remplacer les films «datés modernes» de Godard où une certaine idée de l'ennui et de la sortie de l'adolescence était mise en scène. Au fait : quel rapport entre Gucci Gang et Gucci, la célèbre marque de mode italienne ?

Pas grand-chose. Ou plutôt un clin d'oeil. Une «vrille» autour d'un e-mail adressé par la mère d'une de leurs copines de classe. Le message était titré : «Guccibella». Quelle blague ! Qui a dit qu'on n'est pas sérieux quand on a 17 ans, à peine ? En tous cas, Gucci Gang fiche un méchant coup de vieux à qui veut faire semblant.



redLine
PARIS

Dans du VELOURS

La douceur
de chaque saison
a chaussure à son pied.
Plate ou talonnée.



1- Chloé, 470 € • 2- The Row, 890 € • 3- Chloé, 995 € • 4- Gianvito Rossi, 525 € • 5- Jil Sander, 425 € • 6- Guiseppe Zanotti, 575 € • 7- Tom Ford, 890 € • 8- Gianvito Rossi, 750 € • 9- Jimmy Choo, 750 €

1- Alaïa, 940 € • 2- Balenciaga, 325 € •
3- Alexander Mc Queen, 745 € •
4- Balmain, 675 € • 5- Stella Mc Cartney, 280 € •
6- Lanvain, 675 € • 7- Saint Laurent, 695 €



Ring the BELT

Certaines ceintures
ont vraiment
un cran au-dessus.
Donc on s'y attache.



New LOOK

C'est pour Christian Dior
que l'expression « new look »
a été inventée.
On adore.



1- J Crew, 100 € • 2- Gas, 95 € • 3- Carven, 290 € • 4- Dyphtique, 72 € • 5- Prada, 800 € •
6- Dinosau, 490 € • 7- Maison Michel, 730 € • 8- Elisabeth & James, 675 €



Gili's
SWIMWEAR

PARIS - LA BAULE
GILIS.COM

2 PIEDS EN POINTE.

Danse et élégance. De ballerines en chaussons et va-nu-pieds, Repetto n'est pas seulement devenue une trace sur le sable de Saint Tropez. Elle est une marque. Cousue.

Par RUZA DE COTAL.

De fil en cheville. Ce pourrait être le résumé d'une histoire qui commence par un amour et déborde sur une passion. L'amour c'est celui d'une maman pour son fils avec - comme on dit dans les calanques du Sud méditerranéen - «la réciproque du coeur». Cette femme s'appelle Rose. Rose Repetto. Elle est styliste. Son fils est déjà et sera bientôt Roland Petit, celui qui deviendra dans le Paris des années 1950 à 1980 l'un des danseurs les plus inventifs de son époque, maître de compagnie de ballets, directeur de chorégraphie. Mais, en attendant et en apprenant, Roland rentre de ses cours à pas comptés, tellement ses pieds meurtris par la discipline et le travail de danseur lui font mal. Mal. Très mal. Rose, aux multiples talents, imagine pour son fils une «chausse d'appoint», une «chausse de soins». C'est en observant les pieds de son fils qu'elle comprend que l'effort d'un danseur est vain si on ne préserve pas ce qui le porte d'abord : ses pieds. Alors à ces pieds elle cherche des ailes. 47. Rien d'une pointure fillette. 47, c'est 1947 : l'année qui fait de Rose une découvreuse.

Ce n'est pas le concours Lépine des inventions, mais elle a trouvé un truc. Pas vraiment un secret de fabrication, devenu de fabri-communication, mais on n'en parle pas. Cela s'appelle «le cousu retourné». Comme les pointes de danseurs et danseuses, la semelle de la ballerine est cousue et montée à l'envers avant d'être finalement retournée. C'est ce qui lui apporte sa grande souplesse et son confort. Chaque jour, en Dordogne, dans des ateliers situés à Saint-Médard d'Exideuil, 6000 ballerines sont fabriquées avant d'être expédiées vers les boutiques de luxe de Londres, New York, Tokyo.



Le plus «accroché» aura sans doute été Serge Gainsbourg dont la joyeuse expression «REPETTO À PERPÉT'» l'amenait à se procurer chaque année à partir de 1969 jusqu'à 30 PAIRES du modèle «Zizi».



Et Paris, bien sûr où tout a commencé Rue de la Paix, à deux pas de... l'Opéra Garnier.

Repetto a deux réputations. L'une auprès des professionnels des ballets : bien des troupes à travers le monde équipent leurs danseurs de «chaussons-maison», une maison qui sait se faire un mécène discret en soutenant l'intendance d'écoles ou de corps de ballets. L'autre réputation, depuis plus d'un demi siècle, lui vient du goût qu'ont pour elle des personnalités du show biz : Brigitte Bardot (spécialement pour elle et à sa demande, le modèle devenu «Cendrillon» a été dessiné en 1956) Catherine Deneuve, Angelina Jolie, Scarlett Johansson, Madonna. Et aussi par quelques messieurs pas forcément «dandies». Le plus «accroché» aura sans doute été Serge Gainsbourg dont la joyeuse expression «Repetto à perpét'» l'amenait à se procurer chaque année à partir de 1969 jusqu'à 30 paires du modèle «Zizi». Les fameuses et indémodables «Zizi» blanches à lacets, à l'origine créées par Rose pour sa belle-fille la danseuse et chanteuse Zizi Jeanmaire. Aujourd'hui de nouvelles générations continuent d'apprécier le mythe comme les musiciens et chanteurs Mathieu Chedid, Bénabar, Thomas Dutronc... Voilà une petite dizaine d'années, Repetto marchait un peu à cloche-pied. Mais, depuis, cette grande marque bien en vue mais finalement discrète a repris la promenade de son élégance et de son savoir-faire dans les plus grandes allées du luxe.

B
BARRIÈRE



LES COFFRETS BARRIÈRE

Offrez des moments pétillants

www.cadeauxbarriere.com

CASINOS + RESTAURANTS + HÔTELS + LOISIRS + BIEN-ÊTRE



La La Land.

Los Angeles LOVE STORY.

Attention chef d'oeuvre. Sorti au cœur de l'automne aux Etats-Unis avec les Oscars en ligne de mire, la comédie musicale du jeune prodige Damien Chazelle va remplir notre hiver de couleur et de rythme.

Par CARLOS GOMEZ.



Il est rarissime de sortir du cinéma empli d'un tel sentiment d'euphorie. C'est pourtant ce qui s'est produit après avoir découvert La La Land. Une conte de fées contemporain, avec Los Angeles pour décor, un ville que jamais aucun cinéaste ne nous avait montré sous ses recoins les plus romantiques.

La La Land c'est aussi une fable, sur la nécessité impérieuse de poursuivre ses rêves, sans céder jamais à l'abattement ou à la monotonie. Enfin, dans sa conclusion, surprenante (nous vous la laissons découvrir) c'est une réflexion sur l'amour, dont la très grande maturité surprend, a fortiori lorsqu'on apprend que son réalisateur, Damien Chazelle, a tout juste trente ans.

Fils d'une Américaine, professeur d'histoire et d'une Française, professeur d'informatique, Damien Chazelle a étudié le cinéma à Harvard. Le projet La La Land, il le porte depuis dix ans : son premier court-métrage, Guy and Madeline on a Park Bench, mettait déjà en scène un couple et ses espoirs de réussite artistique. Une obsession chez ce garçon passionné de musique, dont le talent de metteur en scène s'est imposé avec la sortie de Whiplash ! Grand Prix du Festival de Deauville.



« Jacques Demy est probablement le CINÉASTE qui m'a le plus influencé ».

Notre porte d'entrée aujourd'hui dans cette histoire subtile, folle et terriblement romantique qu'est La La Land, est le couple que forment Ryan Gosling et Emma Stone : il est un pianiste de jazz formé à l'écoute des plus grands, cachetonnant dans des bars où personne ne l'écoute vraiment. Elle est une aspirante comédienne, employée comme serveuse dans un café, en attendant ce premier rôle que personne n'a encore eu envie de lui offrir. A la croisée de leurs chemins, le destin va cependant s'écrire en lettres au néon, avec une créativité qui impose l'admiration. Plusieurs scènes sont appelées à devenir d'anthologie, à commencer par celle d'ouverture, qui sur une bretelle d'autoroute bondée, ouvre à nos aspirants la route pour la gloire.

A la base de son inspiration, on trouve d'abord l'amour du réalisateur pour les grands classiques de la comédie musicale des années 40, 50, découverts à la fin de ses études. Son producteur, Marc Platt, a confié combien sa culture cinématographique l'avait immédiatement impressionné. « Il était

prêt à tourner des scènes en plan séquence, à la manière de ce qui se faisait autrefois en studio. Il connaissait le travail chorégraphique de Jerome Robbins (West Side Story), de Bob Fosse (Cabaret). Mais en même temps, ce qui rendait la lecture de son scénario si fort, c'était la réalité émotionnelle qui émanait de ses deux personnages bien d'aujourd'hui ».

Cependant, le cinéaste qui a le plus marqué Damien Chazelle est Français : Jacques Demy. « Les parapluies de Cherbourg, Les demoiselles de Rochefort, Une chambre en ville. La force de Jacques Demy fut de repousser les barrières du cinéma qu'avait imposé la Nouvelle Vague, en imposant son univers musical aux couleurs acidulées. Il est probablement l'artiste pour lequel il est le plus influencé depuis le début et celui qui continuera de m'influencer dans tout ce qu'il me reste à faire ». Lui avait-t-on jamais rendu plus bel hommage ?

B
BARRIÈRE

VALET DE CŒUR
#INSTANTCASINO

Voyage en images à travers le plus prestigieux festival du monde.

CANNES, 70 ANS mais pas une ride

Par CARLOS GOMEZ.

Il n'aura jamais l'âge de la retraite. A la veille de sa 70e édition, le Festival de Cannes a des jambes de vingt ans et l'esprit d'un enfant qui ne s'interdit rien. S'il était une course, il serait le Tour. Un arbre ? L'olivier, graine de centenaire. Un groupe ? Les inusables Stones. Tout pourtant jouait contre lui à sa naissance en 1939 : la veille de son inauguration un le septembre, l'Allemagne envahissait la Pologne et conduisait à l'annulation immédiate de cette manifestation qui, prétendait devenir sous le signe du cinéma, « une grandiose manifestation de rapprochement et d'amitié entre les peuples », en réaction à Venise, outil de propagande par les fascistes. Il faudra attendre 1946 pour son premier lever le rideau... Le spectacle n'est jamais que dans la salle. Il déborde de l'écran. Il est partout. C'est en vérité une fantastique foire des vanités, offrant une exceptionnelle caisse de résonance à qui sait jouer des médias présents. Ils sont 1900 qui font travailler 4000 journalistes à l'affut du moindre éclat de vie, ou du plus petit moment de faiblesse. Clint Eastwood reconnaît que le bon côté de Cannes c'est « l'émotion incroyable » que provoque une montée des marches. Et le mauvais ? « Trop de monde, trop de caméras, trop de photographes, partout, tous les jours... »

Quand Brigitte Bardot
découvrait Cannes...



Quand les STARS passent à table.

Qu'elle semble lointaine l'époque où les commerçants de Cannes décidaient d'une grève subite, craignant que le Festival imaginé dans leur ville vienne gêner leur activité. C'était en 1946, pour sa toute première édition et depuis lors, les restaurateurs, les petits comme les très grands, ont tous su attirer les festivaliers. Les Chef étoilés ont dû de surcroît concevoir à plusieurs reprises le menu officiel, avec la pression qu'on imagine. Car il n'est pas simple de faire manger, chaud, 700 invités à la fois !

La mode est depuis quelques années aux tables éphémères. L'an dernier, à l'initiative de Nespresso, Armand Arnal, Jean-François Piège et Cédric Béchade ont ainsi participé à l'événement Les Chefs font leur cinéma, inventant chaque soir un menu à partir de l'univers d'une grand classique comme Le guépard. Cette notion de happening gustatif était cependant née en 1964, à l'initiative d'Hugo Tognazzi, improvisant une pasta party.

Il se passe ainsi mille choses autour d'une table à Cannes. On y signe des contrats, on y noue des amitiés, comme François Truffaut et Orson Welles en 1966. Le premier faisait partie du jury cette année-là. Le second était en compétition avec Falstaff. « Tous les cinéastes, écrivait le réalisateur des 400 coups, toujours, devront tout à Welles ».



© Sipa Press

L'esprit de FAMILLE.

Cannes est une fête, on l'a dit. Parfois même une simple fête de famille. L'honneur et l'émotion d'être là sont tels que les artistes tiennent à les partager avec les leurs. En 2009, Clint Eastwood fit le déplacement avec son clan presque au complet pour recevoir sa Palme d'honneur. Leonardo DiCaprio a souvent fait le voyage avec les deux femmes de sa vie : sa mère et sa grand-mère.

Les Depardieu se sont montrés ici au complet quand Julie n'avait pas encore 19 ans. Presque un passage de témoin. Plus mémorable encore, Francis Ford Coppola en 1979, assistant à la première de son Apocalypse Now avec la petite Sofia perchée sur ses épaules. Vingt ans plus tard, c'est elle qui monterait les marches, son père à son bras, pour la première de Marie-Antoinette.



Une rare photo : Deux Sœurs Catherine Deneuve et Françoise Dorléac.

Le Festival de Cannes est plein de secrets de familles.



Orson Welles, le Bulldozer. François Truffaut, le Ciseleur, deux mondes pour une même passion : le cinéma.



Cannes est une FÊTE.

La nuit cannoise appelle toutes les rencontres, autour d'un verre, d'une guitare, d'une piscine... La fête est même la deuxième nature de Cannes. Sans party, l'événement ne serait sans doute qu'un séminaire de rats de cinémathèque pus ou moins éclairés. Une constante depuis la naissance effective du Festival en 1946 et du tout premier feu d'artifice tiré en son honneur qui « faillit mettre le feu à la baie » chroniquèrent alors, passablement exaltés, nos ancêtres reporters.

Certaines de ces fiestas continuent de marquer les esprits, comme celle donnée en 1960 après la projection (sifflée) de La dolce vita de Fellini. Elle donna lieu à la première « pasta party de l'histoire avec champagne et Chianti à volonté. Depuis, des gens comme Nicole Kidman dansant toute la nuit après l'avant-première de Moulin Rouge, Sofia Coppola avec sa soirée Marie-Antoinette, ou surtout Pedro Almodovar (à l'époque de Volver, 2006) ont mis la barre encore plus haut.

En marge du Festival, la reine a souvent été Sharon Stone, animant avec ferveur la soirée de l'AmfAR à l'Hôtel du Cap. Avec elle, le goût de la fête rejoignait une bonne cause.



© DR

Le paradis des PAPARAZZI.

Profession reporter: que serait Cannes sans ses paparazzi? Ils existe une foule de photos les montrant au travail. Aux origines pourtant, les reporters image n'y étaient pas légion. Et les stars non plus, ceci expliquant cela. Pour la première édition de 1946, ils préféraient tous encore Monaco, où le prince Louis (le père de Rainier) était tombé amoureux d'une actrice de théâtre, Ghislaine Dommanget.

En 1960, les photographes virent leur statut changer. Ils avaient un rôle important dans *La dolce Vita* de Federico Fellini, Palme d'or. Dans ce film, l'un d'eux se nommait Paparazzo, ce qui par extension devint leur surnom collectif. Raymond Depardon a sans doute raison lorsqu'il assure qu'il faut « aimer la solitude pour être photographe ». Sauf à Cannes bien sûr où ses collègues chassent en meute. Sur la Croisette, un chasseur d'images esseulé ne peut être qu'un badaud.

JURY, jurés, discussions serrées.

Jean Cocteau fut par deux fois (1953, 54) président du jury cannois. Il y apprit à ses dépens que si on devait faire un heureux, on faisait aussi une foule de mécontents. « Couronnez un Américain, vous êtes vendu à l'Amérique. Couronnez un Russe, vous êtes communiste. On n'en finit plus de chercher le dessous des cartes... ». On l'a oublié, mais dans la France centralisatrice des années 50 c'est l'État qui nommait les présidents du jury. Et les étrangers en furent exclus jusqu'en 1960. Cette année-là, c'est un Belge éminent, Georges Simenon qui rompa l'usage, avec scandale à la clé, pour avoir osé sacrer *La dolce Vita*. Il se ferait alors une foule d'ennemis, mais nouerait une amitié durable avec Federico Fellini.

Dans ses premières années, Cannes ne nomma que des présidents écrivains, comme si le cinéma était une chose trop sérieuse pour être jugée par des cinéastes : l'historien Georges Huisman, André Maurois, Maurice Genevoix, Marcel Pagnol, Marcel Achard, Jean Giono... Dans les années 70, Françoise Sagan se frotta à l'exercice en disant « plus jamais », excédée par les pressions qu'elle assura avoir reçues...



Le baise-main balnéaire de Jean Cocteau à l'actrice solaire Michèle Morgan, aux pieds du Festival.

La cité des FEMMES.

La beauté trouve à Cannes une caisse de résonance d'une puissance inouïe. L'attrait qu'exercent certaines stars se trouve amplifié dans des proportions qui dépassent l'intérêt qu'on peut avoir pour le cinéma et pour celles qui le personnifient. Chaque nationalité est parvenue à imposer sa beauté à Cannes. Premier prix d'interprétation féminine, Michèle Morgan, avant Jeanne Moreau, ou Brigitte Bardot, sut porter haut les couleurs de la France, avant que ne s'en mêlent les « belles américaines », de Kim Novak à Jane Fonda, de Sharon Stone à Scarlett Johansson.

Cannes a eu aussi a plusieurs reprises sa fièvre latine, qu'elle fut Italienne (Sophia Loren, Monica Bellucci), Espagnole (Penelope Cruz) voire Mexicaine (Salma Hayek). « Tous les ans, au Festival de Cannes, les vedettes impalpables quittent la pellicule et s'offrent au regard des mortels » Edgar Morin. C'était en 1997 et cela reste vrai.



1953, Brigitte Bardot (premier plan) bronze pendant que Kirk Douglas papote.

La plage aux STARLETTES.

Des inconnus ont cherché de tout temps l'occasion de se faire connaître du monde du cinéma. Et ça marche quasiment jamais, sauf à s'appeler Brigitte Bardot en 1953 qui, inconnue, ne le resterait pas bien longtemps.

Qui du paparazzi ou de la starlette était là avant. Pas d'historien en mesure, à ce jour, de nous dire à quel moment surgit la première créature en tenue minimale pour attirer les photographes. Pourtant, Simone Silva avait marqué les esprits en 1954. Amusée par les chasseurs d'image, cette ressortissante britannique se mit à jouer avec leurs objectifs.

Attablé non loin de la scène, Robert Mitchum, quittait ses convives un instant et vint se coller à la vénus callipyge qui, seins nus, se laissait envelopper par les bras de la star américaine. Le lendemain, la photo trop suggestive pour l'époque faisait le tour du monde. Scandale. Mitchum était prié de quitter le Festival par le chef de la délégation américaine. La jeune femme payait cher son impudence qui aujourd'hui, puisque quelques années plus tard elle mettait fin à ses jours.



Des mots, des miettes, des mets...

QUIZZ gourmand.

Comme la marine, l'imprimerie ou la médecine, la cuisine a ses mots. Certains disent son jargon ou bien son lexique. En tous cas c'est son vocabulaire souvent imagé que depuis des siècles un dictionnaire du quotidien transmet au milieu des casseroles, des marmites, des sauteuses, des fourneaux et de la vaisselle de porcelaine. Avant les mets et les miettes il y a donc des mots. Mais lesquels ?

1. Laquelle de ces appellations n'est pas celle d'un couteau ?

- A - Econome
- B - Partageur
- C - D'office

2. Lequel (laquelle) n'est pas un ustensile en cuisine ?

- A - Un colibri
- B - Une girafe
- C - Une salamandre

3. Dans les mains d'un cuisinier, un « crayon » peut être...

- A - Un brin de vanille
- B - Un poireau
- C - Un salsifis

4. Quel est le nom commun de « l'artichaut de Constantinople » ?

- A - L'aubergine
- B - La courgette
- C - Le topinambour

5. Dans une sauce Béchamel il y a du beurre mais pas...

- A - De farine
- B - De lait
- C - D'oeuf

6. Une seule de ces sauces existe...

- A - Sauce clochette
- B - Sauce poulette
- C - Sauce tripette

7. Une cuisine est un orchestre. Lequel de ces instruments ne prête pas son nom à un ustensile ?

- A - Le piano
- B - La guitare
- C - La mandoline

8. Lequel de ces noms ne désigne pas une pièce de viande servie rôtie ?

- A - Une souris
- B - Un merlan
- C - Un grillon

9. Que signifie le verbe « singer » ?

- A - Mettre en conserve
- B - Paner un aliment
- C - Fariner une viande ou un poisson

10. Dans la cuisine normande qu'est-ce qu'un « brelin » ?

- A - Un abat de mouton
- B - Un bigorneau
- C - Un biscuit au beurre et à la praline

11. L'action de « barder » se fait avec...

- A - Une cuillère
- B - Une ficelle
- C - Un fouet

12. A la table de la Reine d'Angleterre, « l'étiquette » proscrit le geste de porter deux doigts à sa bouche. Sauf pour en ôter...

- A - Un noyau de cerise
- B - Une perle dans une huître
- C - Un plomb oublié dans une pièce de gibier à plumes.



© DVARG-SHUTTERSTOCK

1 - B. Un couteau partageur, ce serait un pléonasme, non ? Avec sa lame incurvée l'économe est un fin éplucheur de légumes ou de fruits à chair ferme (pommes, etc.). Le couteau d'office s'impose comme le passe-partout de la cuisine. Avec sa lame fine pas plus longue qu'un index, il sert à nettoyer les têtes d'ail ou les légumes avant leur préparation, enlever les queues des tomates... Avec sa seule lame il est un autre «couteau suisse».

2 - A. Le colibri reste un oiseau, pas vraiment «branché» cuisine. En revanche, la girafe avec sa longue tige et son haut cou qui urmonte une petite hélice glissée à sa base sous un capuchon pour éviter les projections est un mixer électrique parfait pour les purées ou les potages. La salamandre, elle, est un système de cuisson par le haut et le bas pour gratiner, achever les préparations ou réchauffer les aliments. Elle doit son nom à un animal légendaire qui, depuis le Moyen Age, a la réputation de dompter et d'éteindre le feu qui l'entoure.

3 - B - Ce poireau jeune, qui a la rondeur d'une asperge et dépasse rarement la taille de 25 centimètres, est le petit prince des amateurs de poireaux vinaigrettes.

Une douce saveur, rien de filandreux. Une star méconnue du potager.

4 - C - Le topinambour est un tubercule. Il a connu son heure de nécessité pendant la Seconde Guerre Mondiale en France. Pour la facilité de sa production et de sa conservation. Le topinambour, originaire d'Amérique du Nord, a été implanté en Europe au début du XVIIème siècle. Il tient son nom d'une tribu amérindienne, les Topinambours, qui le cultivait. Mais un même ou très proche tubercule avait déjà été rapporté après les dernières croisades du XIIIème siècle. Voilà pourquoi, en plus de Constantinople, on dit aussi : «artichaut de Jérusalem».

5 - C. La base d'une sauce béchamel consiste en une... casserole pour y faire un «roux» c'est-à-dire mettre du beurre à fondre, y ajouter la farine et mélanger à l'aide d'une spatule. Laisser cuire à feu doux pendant quelques minutes (à l'oeil), sans coloration. Puis, toujours sur feu moyen, verser progressivement le lait froid et mélanger régulièrement avec un fouet. Bon à savoir : 100 grammes = 105 calories.

6 - B. Simplissime et servie froide. Du lait, un jaune d'oeuf et - le truc ! - un généreux filet de vinaigre. Mais la «poulette» tient son nom en hommage au jaune d'oeuf qui en reste l'ingrédient majeur.

7 - C. Le piano c'est l'énorme fourneau à feux libres ou couverts, fours et «garde au chaud» ou bain- marie : il est le pupitre du Chef. Celui qui installe la clé de la partition, donne le «la» et «orchestre» la cuisine. Le Chef (d'orchestre ou de chœur) ne s'en éloigne donc amais. La mandoline, elle, est une râpe à fine, large et très coupante lame utilisée pour trancher les légumes à chair ferme ou certains fruits. C'est sans doute le rythme que son utilisation impose à la main qui a contribué à lui donner son nom.

8 - C. Un grillon reste un insecte. En revanche, la «souris», en forme de Mickey sans les oreilles, est un morceau moelleux et charnu accroché à l'os du gigot d'agneau. Le «merlan», lui, est une pièce ultra-tendre de boeuf dont la forme est celledu poisson nommé merlan. CQFD. Ce qu'il fallait deviner.

9 - C. Sur des morceaux de viande déjà revenus ou dorés dans un peu de matière grasse (beurre ou huile), saupoudrer de la farine. Laisser «chanter» la farine - en anglais : to sing - puis ajouter un bouillon ou du lait pour obtenir une sauce plus liée. Laisser cuire à feu doux. C'est une recette utilisée pour le boeuf bourguignon et la plupart des ragouts. Le mot est apparu à la fin du XIXème siècle, quand le vocabulaire et les consonances anglaises étaient à la mode. Comme n témoigne le nom du... Fouquet's.

10 - B. Le bigorneau est un petit coquillage lisse de couleur sombre, surtout cueilli sur les rochers en Atlantique et dans la Manche. Sa taille excède rarement celle d'un pouce. Ne pas confondre avec le bulot dont la coque est claire et striée. En raison de leur forme, les bulots peuvent se trouver sur les tables de Méditerranée. On les appelle alors parfois d'un nom venu de Tunisie : les «babouches».

11 - B. Une ficelle pour... ficeler une tranche de lard autour d'une volaille ou un rôti.

12. C. Au service de Sa Majesté, pas de masque pour la plume.

Groupe Barrière SAS au capital de 1215 14468 euros RCS Paris 320050 859 - e Laurent.Fau / Fabrice Rambert red



Be different,
be Barrière

Lâcher prise et succomber au prestige de soins Spa et massages naturels à base de produits d'exception. Se soigner en profondeur. Évacuer les toxines, purifier l'organisme et tonifier son corps. Ici et maintenant, dans nos établissements. Retrouvez toute l'offre bien-être Barrière en France et à Marrakech.

SPAS • BALNÉO • SPORT • THALASSO • MÉDECINE ESTHÉTIQUE • THERMES

Renseignements & réservations : 0 970 81 95 00 - www.hotelsbarriere.com

B
BARRIÈRE

English VERSION



Courchevel 1850 "Carte blanche" for Barrière

Newly opened at the foot of the slopes, Hôtel Barrière Les Neiges is a cocoon of charm, discretion and luxury. Understated and sleek with a touch of daring, a new star takes its place on the mountainside.

Barrière's trademark style and luxury comes to Courchevel 1850. Nestled high in the Alps, this new Barrière hotel speaks volumes about the desire of the group, chaired by Dominique Desseigne, to surprise its guests and offer them an even higher quality welcome. Hôtel Barrière Les Neiges is the first time the group has designed and "set-up" a hotel in a mountain landscape. "We worked on this project calmly and without putting pressure on ourselves. It did take a while but mountains are made to be climbed. And here we are!" says Dominique Desseigne, who is "very proud of the result". He believes that Courchevel 1850 is "one of the best resorts in Europe, with exceptional sites and an extraordinary ski area that is hard to beat in terms of distances and service quality".

The group has chosen to focus on luxury and daring modernity, with 42 rooms and suites spread across an elegant seven-storey building dressed by the decorator and architect Nathalie Ryan. The idea is that of a vast, soothing chalet, with an intimate atmosphere, aimed at those visiting as a couple or with family and friends. It is a cosiness that leaves plenty of room for sophistication in this prestigious 5-star "refuge": it is a wonderful place to come back to after hours on the slopes or out walking, hanging up your gloves, boots and poles - prepared by a "ski valet" - in a luxury 240m² ski room. In this authentic cocoon in the heart of

a spectacular white landscape, Hôtel Barrière Les Neiges shuns anything flashy. The elegance here is discreet and the welcome top-drawer. And then there is also the Spa, the largest in the resort (1,000m²), which offers quality personalised treatments, a 20m swimming pool, iced-water well, sauna, hammam, outdoor hot tub, gym and a hairdressing salon.

Nathalie Ryan's light decor combines exposed materials with the most delicate of shades to create a refined and discreet setting. Every bedroom and suite has its own unique decor, blending an inspiration that is resolutely contemporary with materials from the mountain, such as stone and wood. There is a pioneering spirit in Courchevel that brings with it a touch of daring with which mountain dwellers are familiar. This daring can also be found in another unexpected part of the

hotel: its kitchen, which has been placed under the watchful eye of Michelin-starred chef Mauro Colagreco. The results are spectacular! The aim is to surprise and get the best out of the best in the simplest way possible.

The idea came about thanks to a meeting between Dominique Desseigne and Mauro Colagreco around a table at the chef's restaurant in Menton in 2015. In a luxury setting, the idea of offering an "innovative and festive" culinary concept came about thanks to a single observation: in the mountains, daytime is spent outdoors, while evenings are spent indoors. These two approaches to cuisine have one thing in common: a brasero, an authentic Argentine grill. The restaurant's name is BFire, B for Barrière and Fire because the cooking is done over embers. "These are the fiery and subdued colours of the food I remember from my childhood



in Argentina,” the chef tells us. At lunchtime, at the foot of the slopes, diners come together at Hôtel Barrière Les Neiges around the brasero on the hotel’s terrace to enjoy, depending on their taste or appetite, sharing a dish of meat grilled to perfection. And in the evening? The warmth of the “Neiges” plays host to a subtle cuisine that is at the same time generous and exquisitely mastered in its balancing of the flavours of Italy and Argentina. Delicious lamb, cooked “al asador” (over embers in the Argentine style), accompanied by a delicately Italian risotto creates the perfect combination around a convivial dinner table that blends Tomme from Savoie with Parmigiano Reggiano. This is how Hôtel Barrière Les Neiges in Courchevel 1850 aims to, we are told with a smile, “break the ice”.

Jackpots right at your fingertips!

The Casinos Barrière are breaking new ground with the launch of their first mobile application “Barrière Pocket Casino”. Grab your Smartphones to try and win hundreds of gifts! After the frenzy of Candy Crush, give the fruits a go on the legendary One-armed Bandits. Designed as a mini Pocket Casino, this imaginative and entertaining game guarantees fun and thrills for everyone!



The stones that built Barrière

Founded over a century ago, the Group owns and maintains an impressive architectural heritage. Witness to countless innovations over the years, this heritage does not only tell the story of Hôtels Barrière, all across France it forms an integral part of the landscape and the familiar scenes of the seaside, city, and now mountains with the recent opening of Hôtel Barrière Les Neiges in Courchevel. These stones were also responsible for building the images of French life.

The Barrière group itself began with a stone clutched in the palm of one man’s hand. The story is well-known: François André, the seaside visionary, was given the chance to purchase an area of land using the «stone throwing» method, whereby he threw a pebble again and again from south to north and from east to west, until the sun set, to determine the boundaries of his future property. He rolled up the sleeves of his jacket but remained determined. By the time night had fallen, the first stone that he had thrown had become a precious treasure. Its name? La Baule. Since then, many other stones have built Barrière. Sometimes they were bricks, as the 1920s



ushered in new construction, extension and renovation techniques in step with the latest requirements of «modernity»: lifts, telephone networks, bathrooms and hot water, to name but a few. Over a century later, these establishments have all become landmarks on the coasts and beaches of France, from the Channel to the Mediterranean.

Le Touquet, Deauville, Dinard, La Baule, Cannes – the names themselves embody the luxury of seaside tourism as envisioned by the founders François André and Lucien Barrière, then passed on to Diane Barrière-Desseigne and continued by Dominique Desseigne. During his frequent trips to and from his hotels in Deauville and La Baule, François André came up with the concept of the «resort», which brought together comfort, entertainment,

sports, gastronomy and well-being in one development. The sea wasn’t a pretext; it was the cornerstone of an idea that was still revolutionary in the mid 1920s: leisure! Not to mention the enthusiasm for thalassotherapy and the beach. Tourists also found it increasingly easy to travel from one place to another with the rise of the motor car. These developments spelled the end for holidays spent in outmoded grand villas, which had been converted for hotel use, but were poorly suited to it. Vast and comfortable complexes therefore proved a necessity, so as to stay in touch with the modern spirit of the times, designed and built for their true purpose: to be hotels. Construction work took place up and down the country, one of the most spectacular examples of which was L’Hermitage,

opened in July 1927 and built in the record-breaking space of almost one year. Built to welcome: this philosophy remains intact one century later. Rest assured: the Barrière group considers the local scenery, tilled soil and the surrounding environment part of its heritage, which it shields as much as possible from any ecological impact, just like here at the Hôtel du Golf in Deauville. Every Barrière group destination and region has its very own colour: the white of the legendary façade of Le Majestic in Cannes, the red of the balconies of L’Hermitage in La Baule, the palette of the Toile de Jouy that decorates the interiors of Le Normandy in Deauville, the deep blue of the bay overlooked by Le Grand Hôtel in Dinard, the elegant grey surrounding Le Fouquet’s in

Paris – not to mention the green lawns of the Hôtel du Golf in Deauville. However, the Group does not just see the land in terms of digging foundations or planting pretty gardens. It is also heritage in and of itself. In 2013, the Group’s sustainable development policy, Planète Barrière, was the first to be implemented in France, meeting the ISO 14001 certification standards. This voluntary environmental approach involves viewing the management of its heritage in a different light; particularly in terms of a sustainable dynamic to prevent and limit its environmental impact and carbon footprint. The policy covers all of the sixty-odd Barrière group establishments: hotels, casinos, golf courses, tennis courts, test kitchens and the head office.

Long neglected... Velvet is making a comeback!

Made from silk or tufted in the Genoese style, worn as shoes or a short skirt, upholstered into sofas or hung at windows...velvet has been around for ages but had recently fallen out of favour. This year heralds its spectacular return to the world of global fashion.

Villosus. The origins of velvet can be found in this Latin term meaning hair. To create velvet, threads are first woven then shaved or cut after being evenly distributed. Velvet can be made from wool, hemp, cotton and in particular silk threads. Handmade, it is produced using a thousand-year-old technique. Yes, velvet has been around for a thousand years, something that is not so hard to believe when you think about the sturdy cord trousers or shiny armchairs of an elderly aunt. And yet, winter 2016-2017 sees it become the

must-have fabric in every wardrobe and behind every decorative scheme. Ikea is creating a capsule collection of furniture upholstered in velvet by Designers Guild. Miu Miu is crowning its new it bag with a velvet caress with the MIU lady, and designers have brought softness to their collections by draping their models in silks. Balmain, Comme des Garçons, Saint Laurent and

all the ready-to-wear brands have come out with logos and scissors blazing. It's a competitive world. Velvet thigh high boots have also made an appearance at Zara, with velvet dresses seen at American Apparel. Accessories and the occasional touch of cord bring a note of softness to clothes, as well as to interior fabrics. Velvet is no longer the preserve of tired fuddy-duddy clichés.

If the strength of a fabric is judged by the length of its life then velvet is in fine form. Historically speaking, its popularity has been universal and devoid of class associations: its durability and shine have been attested to by the luxurious attire of King Francis I of France, bourgeois 19th-century frock coats and even the trousers of peasant workers. It is a fabric that, even when made of threads less noble than silk – and therefore less expensive – can guarantee an equally delicate touch, even if it does not guarantee the same shine.

And if the pleasure of touching should come before the pleasure of looking, what about the importance of creating a sensual relationship with your garment? After all, the Latin term for hair villosus whispered “second skin” to lovers of velvet. A second skin that must have been much more pleasant to wear than wool rolled into a scratchy collar. 2017 will be the year of velvet! For cushions, curtains, elegant shoes and dandy attire alike. Just another passing fad, or the return of a timeless standby?

-

«Gucci Gang» Time for a fresh take!

They girls know a thing or two about fashion and how to break the rules. And they have proved a massive hit on Instagram. These four savvy teens born in 2000 are having a lot of fun, with shades of irony, respect and rebellion. It's refreshing, unexpected and very welcome.

Take Gucci, add 4 letters and ta-da! There you have it: «Gucci Gang». But what is it? Something by and for girls? Yes, but that's not all. It's true: they are girls. Teens, to be exact. The oldest is 17. They adore fashion from the 90s - so aaages ago - and know a lot about image



- the images they like and the images they show. And they talk about, show and have fun with them. Some complain it's a lot of fuss about nothing, while others hail it as an ode to adolescence. Gucci Gang is a foursome of teenage girls: Annabelle, Crystal, Angelina and Thaïs are all Parisian secondary school students. But that isn't all: in Paris and beyond they are also fashion influencers who boast 30,000 followers on Instagram.

But even before they had even the tiniest hint of influence on Instagram, the Gucci Gang were already talking about looks, cuts, poses and clothes. An array

of accessories, camera angles, pouts and postures. Always the four of them. With whatever they had to hand and with whatever light the sky had to offer. Their angel faces seem to have absorbed the aesthetic of the noughties, just to rip it apart with every photo posted on social media. Their rule of thumb: edgy elegance. In short: they couldn't care less and are just having fun. Their sunglasses are straight out of the first Spice Girls' video; then there's the jeans, tracksuit bottoms, bling or normcore, edgy, and vintage rap or R'n'B from the 2000s. And everyone loves them. Brands, the media and their followers.

2000. The year they were born. Born in real life, as in «hey mum, hey dad». Sixteen years later, they are babies on the verge of adulthood. And curious about already-outdated artistic designs. Especially for the impassioned Millennial generation, who haven't been bitten by the nostalgia bug or the pessimism bug. Thaïs, Crystal, Annabelle and Angelina are four faces of today's adolescence. And they provide four insights. They're aged from 15 to 17, are at secondary school and live in Paris. Their day-to-day life - as their public sees it on their personal Instagram accounts - is the same ordinary life of any teen their age. They talk openly about their friendship in a documentary filmed and directed by Alexandre Silberstein. They think of fashion as a game, as an instinct. But, they say, we shouldn't ascribe any aesthetic depth to them. Just maybe some intuition? Backed by an agent - Olivier Lafrontiere, WM Models - they understand the power of an image, of the social media community and how to do something with it. Even if they don't quite know how to develop that something, that doesn't stop them from enjoying it today, with brands sharing their collections with them. And they can be seen everywhere. At the Cannes film festival (Thaïs' father is French film director Cédric Klapisch), on the cover of L'Officiel magazine, in Vogue, and at Fashion Week shows and parties, wearing Chanel, Supreme, Adidas, Courrèges, etc. Eclectic and irresistibly irreverent, do they embody «the youth of today»? They are both an approach and a perspective for brands. Some say they're a godsend for the fashion world, which is being shaken up by these new brand ambassadors. They are a key for attracting and understanding tomorrow's consumers, whose attention can be held for the time it takes to click

a button and whose buying habits defy prediction, even by marketing experts. For the 'older' set, the iconography of the Gucci Gang is a sort of new wave, where Instagram captions, pouts and last decade's trends could replace the 'modern dated' films of Godard, which expressed a certain image of ennui and the end of adolescence. But wait a minute: what's the connection between the Gucci Gang and Gucci, the famous Italian brand? Well, there isn't one, really. It's more of a nod. An inside joke based on an email from a classmate's mother. The subject line read: «Guccibella». Hilarious! Who says that you aren't serious at just 17? One thing is sure: the Gucci Gang instantly age anyone who's not the real deal.

-

Repetto Two feet en pointe

Dance and elegance. From ballerina slippers to sandals, Repetto hasn't just left its mark on the beach at St Tropez. It's a brand at the top of its game.

From one thing to a mother. It reads like the synopsis of a story that starts with love and turns into a passion. The love was that of a mother for her son and it is - as they say on the French Riviera - «réciproque du coeur» (reciprocal). That mother's name was Rose. Rose Repetto. She was a stylist. Her son was Roland Petit, who from the 1950s to the 1980s would become director of a ballet company, a choreographer, and one of the most inventive dancers of his generation. But before all that, while he was still learning his trade, Roland would walk home gingerly from his lessons because his feet were so sore from the brutal work and discipline of dancing. They hurt. A lot. The multi-talented Rose designed a «support» or «care» slipper for her son. By observing

her son's feet she learned that all a dancer's effort is for nothing if you don't protect their most valuable asset: their feet. So she looked for something to lighten their load.

47. Far from the shoe size of a young girl. 47, is for 1947: the year Rose became an inventor. It wasn't Inventor of the Year territory, but she had

found something. It isn't really a manufacturing secret, more a manufacturing legend, but it isn't really talked about. It's called the 'stitch and return' process. Like dancers' pointe shoes, the soles of ballerina slippers are stitched and assembled inside out and then turned back when they're done. This is what makes them so supple and



comfortable. Every day in the Saint-Médard d'Exideuil workshops in the Dordogne region of France, 6,000 ballet slippers are made and then exported to luxury stores in London, New York and Tokyo. And Paris, of course, where it all began in Rue de la Paix, just a stone's throw from... the Opera Garnier.

Repetto has two reputations. One among ballet professionals: troupes around the world equip their dancers with Repetto slippers, a brand that makes for a discreet patron by supplying dance schools and ballet companies. The other reputation, for over half a century, comes from its popularity among the glitterati: Brigitte Bardot (the «Cendrillon» model was designed especially for Bardot at her request in 1956), Catherine Deneuve, Angelina Jolie, Scarlett Johansson and Madonna. And among certain men although not necessarily dandies. The biggest fan was undoubtedly Serge Gainsbourg, whose joyful expression «Repetto à perpét» (Repetto forever) led him to acquire, from 1969 onwards, 30 pairs a year of the «Zizi» model. The famous timeless white lace-up «Zizi», originally created by Rose for her daughter-in-law, the dancer and singer Zizi Jeanmaire. Today, new generations continue to appreciate the legend, such as the musicians and singers Mathieu Chedid, Bénabar, Thomas Dutronc, and many others. Just ten years ago, Repetto found itself a little on its back foot. But now this prestigious brand, always there but just out of the spotlight, has once again hit its stride, letting its elegance and expertise shine in the luxury sector.

-

Cannes, 70-years-old and not even a wrinkle. The world's most prestigious film festival in pictures.

Lead-in: It will never be old enough to go into retirement. On the eve of its



70th year, the Cannes Film Festival has the legs of a 20-year-old and the mind of a child that knows no boundaries. If it were a race, it would be the Tour de France. A tree? An ancient olive tree. A group? The indefatigable Stones. Everything was stacked against it back in 1939. On 1 September, the eve of its opening, Germany invaded Poland. This resulted in the immediate cancellation of the event, which was slated to become "a grand cinematic event to foster closeness and friendship among peoples" as a reaction to the Venice Film Festival, a Fascist propaganda tool. It was not until 1946 that its curtain was raised for the very first time.

But the show is not and has never been confined to the silver screen

itself. It bursts out of the cinema. It is everywhere. In truth, the event is a fantastic vanity fair, offering an exceptional sounding board to those who know how to play the media in attendance. Just 1,900 participants provide work for 4,000 journalists on the lookout for the slightest spark of life or the smallest moment of weakness. Clint Eastwood admits that the bright side of Cannes is the «incredible excitement» you feel as you climb the staircase. And the dark side? "Too many people, too many cameras, too many photographers, everywhere, always..."

WHEN THE STARS COME TO DINE: It seems like ages ago when Cannes' traders decided to strike without

warning, fearful that the planned festival in their city would harm their businesses. Since its first year in 1946, restaurateurs large and small have succeeded in attracting festival-goers. Michelin-starred chefs needed to design the official menu several times over, with all the pressure that no doubt entails. Providing hot food for 700 diners at a time is far from simple!

Pop-up events have been in fashion for several years. Last year, thanks to Nespresso, Armand Arnal, Jean-François Piège and Cédric Béchade took part in the event Les Chefs font leur cinéma, inventing a new menu every night based around a classic film, such as The Leopard. This idea of a food happening has been around since 1964, however, when Ugo Tognazzi improvised a pasta party.

Countless things can happen around a table in Cannes. Contracts can be signed and friendships can be made, such as that between François Truffaut and Orson Welles in 1966. The former was on the jury that year. The latter was in competition with Falstaff. The director of The 400 Blows went on to write: "All of us will always owe him everything".

THE PARTY COMES TO CANNES:

Night-time in Cannes sees people meeting in all kinds of ways...around a table of drinks, a guitar or even a swimming pool. Partying is second nature in Cannes. Without the parties the event would be nothing but a conference for varyingly enlightened film buffs. The parties have been a constant since the festival came into being in 1946, when the first fireworks were launched in its honour, "almost setting fire to the bay", as noted by our reporter ancestors, with just a touch of excitement.

Some of these fiestas stick in the mind, such as the one thrown in 1960 after the (booed) screening of Fellini's La Dolce Vita. It saw the first "pasta party" in history with an endless flow of champagne and Chianti. Since then,

stars such as Nicole Kidman, dancing the night away after the premiere of Moulin Rouge, Sofia Coppola, with her Marie Antoinette party, and especially Pedro Almodovar (to coincide with Volver, 2006) have raised the bar even higher.

The queen on the fringes of the festival has often been Sharon Stone, the driving force behind the AmfAR event at the Hôtel du Cap-Eden-Roc. With Stone at the helm, partying joined forces with a good cause.

KEEPING IT IN THE FAMILY

Cannes may well be all about the parties, but sometimes the party in question is a simple family one. The honour and excitement of being there are such that the stars want to share these emotions with their nearest and dearest. In 2009, Clint Eastwood brought almost everyone in his entire clan over to receive his lifetime achievement award. Leonardo Di Caprio often makes the journey with the two women in his life: his mother and grandmother. The Depardieus attended en masse when Julie was not even 19. It was almost a passing of the baton. Even more memorably, Francis Ford Coppola

attended the premiere of his film Apocalypse Now in 1979 with his young daughter Sofia on his shoulders. Twenty years later she climbed the steps arm in arm with her father for the premiere of Marie Antoinette.

A PAPARAZZI PARADISE

What would Cannes be without its paparazzi? There are plenty of photos showing them at work. Originally, however, there were few photographers in attendance. Or stars, which might explain it. In the festival's first year in 1946, they all still preferred Monaco, where Prince Louis (Rainier's father) had fallen in love with a theatre actress, Ghislaine Dommanget. In 1960, photographers saw their status change. They played an important role in Fellini's La Dolce Vita, which won the Palme d'Or. One of the photographers in the film was called Paparazzo, which by extension became their collective nickname. Raymond Depardon was no doubt right when he said that you had to "like solitude to be a photographer". Except in Cannes of course, where his colleagues hunt in packs. On the Croisette, a lonely image hunter is nothing more than an onlooker.



Collection Cassis

Modèle déposé / Patented Design



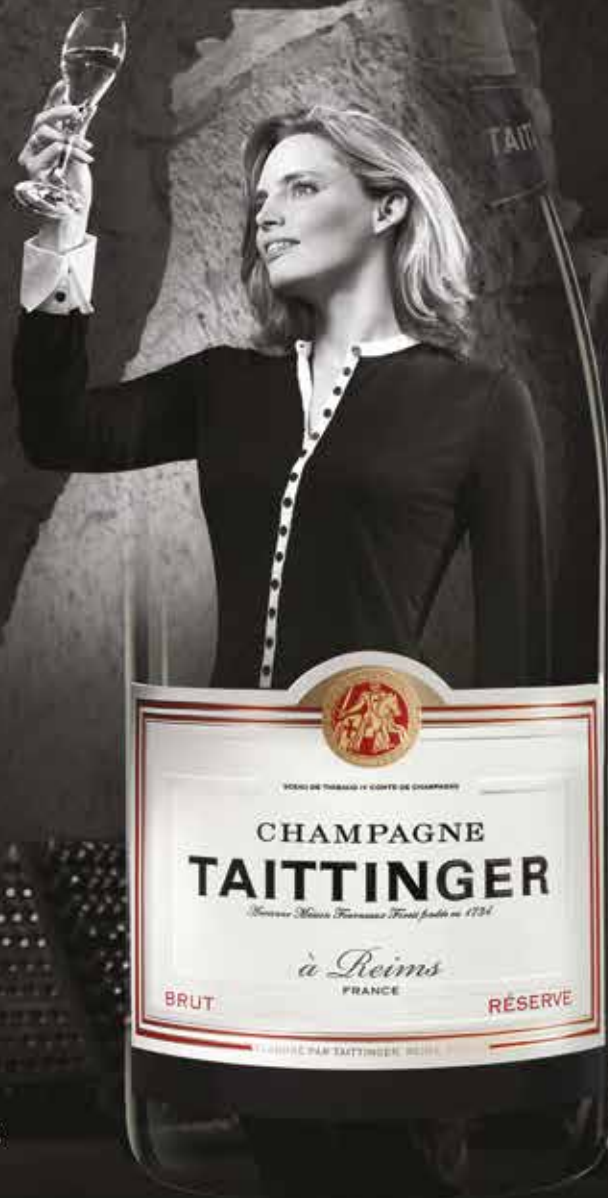
PARIS

Anywhere, Anytime since 1979

www.jump.fr

L'Instant Taittinger

«Il y a des champagnes dont on regarde la couleur.
D'autres, l'âme». *Vitalie Taittinger.*



*Crayères Taittinger,
III^{ème} siècle.*


CHAMPAGNE
TAITTINGER
Reims

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