

# signé Barrière



Lucien Barrière  
Hôtels & Casinos

# FLY BEYOND\*

GREY GOOSE A ÉTÉ CRÉÉE  
À PARTIR DE DEUX INGRÉDIENTS  
ET UNE AMBITION : ÉLABORER  
UNE VODKA FRANÇAISE D'EXCEPTION.



\* S'envoler au-delà.  
GREY GOOSE va bien au-delà des standards de la vodka, à l'image de son créateur qui s'envola au-delà de l'Atlantique pour chercher en France un Maître de Chai au savoir-faire unique, ainsi que le seul blé et la seule eau de source à la mesure de son ambition. Ce voyage est symbolisé par l'envol d'oies sauvages sur la bouteille.

**GREY GOOSE**  
VODKA FRANÇAISE D'EXCEPTION

# édito

PAR DOMINIQUE DESSEIGNE

Les fêtes de fin et de nouvelle année sont la saison des vœux. Ne boudons pas ce plaisir mais... Et si nous faisons en sorte que ces vœux durent et s'expriment tout le temps des douze mois de l'année ?

Au-delà des souhaits, le concret : le partage de l'expertise, de l'innovation et de la transmission fait partie de cela. Ces vœux et ces souhaits sont au cœur d'un art de culture(s) et de précision(s) qui bâtit la couverture de ce Signé Barrière N° 7 : la photographie. La photographie qui raconte, qui saisit l'important. Magiques, imaginatives de curiosité et amoureuses, les éclatantes images de Laurent Fau sur des savoirs magistralement illustrés dans des mises en scène lumineuses de gourmandise, de fêtes simples, d'apparat ou de quotidien, soulignent l'intensité d'un lien. Celui

qui fait la force et l'élégance, un nœud entre les instants d'aujourd'hui et de demain dans l'éphémère et l'exigence du savoir-faire et du bien fait. En même temps que dans son apprentissage. Le Groupe que je suis fier de présider est aussi une entreprise. Dans la houle des temps, notre boussole ne varie pas : la passion de vous accueillir est notre cap. Nous hissons haut ce pavillon. Pour vous.

Belles fêtes, belle année, bonne santé.

Dominique Desseigne

*Christmas and New Year celebrations are a time for making wishes. Let's not shy away from this pleasure, but... How about we make sure our wishes last and are*

*expressed constantly throughout the twelve months of the year? Beyond the wishes, let's create something concrete: sharing expertise, innovation and transmission is part of those wishes. These wishes and resolutions are at the heart of a precise, cultural art that can be seen on the cover of this Signé Barrière No.7: photography. Photography that tells a story and captures what is important. Magical, imaginative in their curiosity, and full of love, the vivid images by Laurent Fau of expertise masterfully illustrated in radiant scenes depicting the enjoyment of food during simple celebrations, ceremonies or everyday*



© Stéphane Devé

*meals, underline the intensity of a connection. A strong, elegant connection, a knot joining the moments of today and tomorrow in the ephemeral and demanding world of know-how and a job well done. And in its learning, at the same time. The Group I am proud to preside over is also a business. In the swell of time, our compass remains unchanged: welcoming you with enthusiasm is the course we have set ourselves. We fly this flag high. For you.*

*We wish you happy holidays, a wonderful New Year and good health.*

# BARNES

INTERNATIONAL LUXURY REAL ESTATE



## PARIS 16<sup>ème</sup>

Au 5<sup>ème</sup> étage d'un immeuble Haussmannien emblématique de Passy, bel appartement de 220 m<sup>2</sup> bordé d'un balcon filant.  
Prix : 3 500 000 €

Tél : +33 (0)1 53 65 80 80



## ENTRE DEAUVILLE ET HONFLEUR

Propriété exceptionnelle avec vue mer. Parc avec piscine et tennis. Maison d'amis.

Prix : 3 250 000 €

Tél : +33 (0)2 31 81 28 29



## HAUTEURS DE CANNES

Villa contemporaine de 250 m<sup>2</sup> avec piscine intérieure et extérieure. Vue panoramique sur le Cap d'Antibes et les Iles de Lérins.

Prix : 8 500 000 €

Tél : +33 (0)4 97 06 33 33



## COURCHEVEL - LES BRIGUES

Situé au pied des pistes, chalet de 240 m<sup>2</sup> bénéficiant d'une vue exceptionnelle sur les sommets de la Vanoise.

Prix : 4 725 000 €

Tél : +33 (0)4 79 00 85 82



PARIS - GENEVA - LONDON - MOSCOW - NEW YORK - MIAMI - ST BARTH  
DEAUVILLE - BASQUE COAST - FRENCH COUNTRYSIDE - BORDEAUX - ARCAÇON BAY - PERIGORD  
PROVENCE - FRENCH RIVIERA - ST TROPEZ - CORSICA - COURCHEVEL - MEGEVE

IMMEUBLES - APPARTEMENTS - HÔTELS PARTICULIERS - PROPRIÉTÉS & CHÂTEAUX - BIENS D'EXCEPTION - PIED-À-TERRE

WWW.BARNES-INTERNATIONAL.COM

# BARNES

INTERNATIONAL LUXURY REAL ESTATE



## MIAMI BEACH - «THE SURF CLUB»

Le luxe à l'état pur par Richard Meier. Appartements, penthouses et un hôtel 5 étoiles «Four Seasons» le long d'une plage paradisiaque de 250 m.  
Prix : nous consulter

Tél : +1 305 361 2233

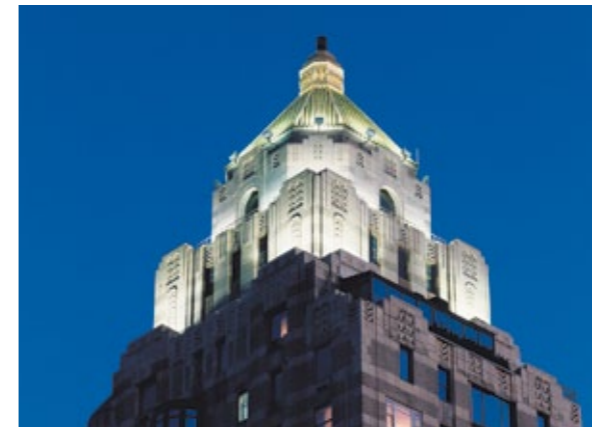


## ST BARTH

Située à la Pointe Milou, face au coucher du soleil, cette villa bénéficie d'une des plus belles vues de l'île.

Prix : 3 300 000 €

Tél : +33 (0)5 90 29 26 91



## NEW YORK - HÔTEL CARLYLE

Appartement, entièrement rénové, sur la prestigieuse Madison Avenue. Cet hôtel offre des prestations uniques et des services haut de gamme.  
Prix : \$ 749,000

Tél : + 1 212 271 2827



## SURREY - VILLA CONTEMPORAINE

Située dans le village d'Oxshott, propriété de 1 050 m<sup>2</sup> environ. Grand jardin et magnifique terrasse sur le toit.

Prix : nous consulter

Tél : +44 207 584 7607



PARIS - GENEVA - LONDON - MOSCOW - NEW YORK - MIAMI - ST BARTH  
DEAUVILLE - BASQUE COAST - FRENCH COUNTRYSIDE - BORDEAUX - ARCAÇON BAY - PERIGORD  
PROVENCE - FRENCH RIVIERA - ST TROPEZ - CORSICA - COURCHEVEL - MEGEVE

IMMEUBLES - APPARTEMENTS - HÔTELS PARTICULIERS - PROPRIÉTÉS & CHÂTEAUX - BIENS D'EXCEPTION - PIED-À-TERRE

WWW.BARNES-INTERNATIONAL.COM

# C'est n'ours !

Certains mots fondent comme des madeleines. Ou bien des tartes, des meringues, des pains au chocolat, des glaces à l'eau, des crumbles ratés, des flancs plan-plan et des clafoutis foutus. Le goût, l'odeur tiède, le croûté, le chaud feuilleté, l'atmosphère, la main qui le donne, les yeux qui l'accompagnent et les gestes qui font et refont le bien d'être ensemble. Sauf que l'enfance n'est pas la seule et privilégiée propriétaire de ces instants. C'est ce qu'a compris la télévision, qui accompagne depuis trois générations l'être humain sur la planète. Des racines (moi, ma famille) et du sel, du piquant (eux, comme ils sont bizarres...). La télévision, télé, TV, téléche, étrange lucarne ou "plasma" (parole d'ado : « Y'a quoi sur le plasma ? »...)

D'éminents sociologues ont écrit que cet écran désormais omniprésent est le miroir d'une époque. Et s'il était une fenêtre, une ouverture, une palette ou une planète à découvrir ? Dans le grand bousculement d'Internet, "elle"



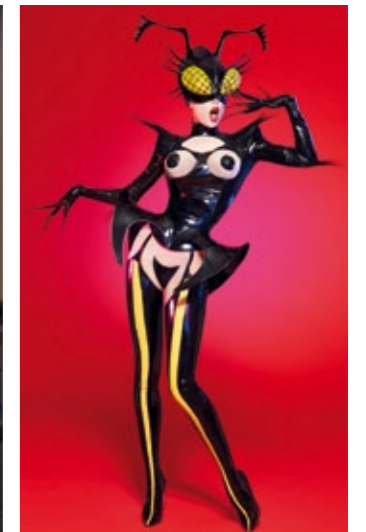
La "télé", toujours au poste

résiste. Qui ? La télé. Pourquoi ? Lisez la suite, parce que nous vous en proposons un récit . Nous, Signé Barrière ? C'est nous. C'est "n'ours".

Pourquoi parler d'ours dans Signé Barrière ? Ce mot incarne une tradition de la presse, devenue mention légale obligatoire : dans le jargon du métier, cela précise avec rigueur l'identité des responsables de la publication et de la rédaction. Nous, c'est n'ours.

"Ours" ? Rien à voir avec les plantigrades costauds de l'Oregon ou les peluches des dodos d'enfants. "Ours", il faut le prononcer et le comprendre à l'anglaise puisque, depuis le XIXe siècle, l'usage des journaux londoniens est de réunir les noms de leurs collaborateurs dans ce que la presse française appelait autrefois un " pavé ". Ours signifie donc " les nôtres ". Sous-entendu : ceux qui ont contribué à la réalisation de ce que lit le lecteur. L'ours, c'est nous.

# Signé Barrière



  
**Lucien Barrière**  
*Hôtels & Casinos*

**Comité de rédaction**  
**Lucien Barrière Hôtels et Casinos :** Manuela Isnard-Seznec, Alexandre Benyamine, Pauline Chiusso, Bruno Seznec

Groupe Lucien Barrière SAS  
 35, Boulevard des Capucines, 75002 Paris - Tél. 01 42 86 54 00 - Fax 01 42 86 54 10 - sbarriere@lucienbarriere.com  
 Site web : www.lucienbarriere.com

**Directeur de Publication :** Alexandre Benyamine **Conseiller éditorial :** Bruno Seznec **Journalistes :** Pierre-Jean Bassenterre, Léonore Bove, Paula Daubresse, Adrienne Elvira, Alexandrine Herouard, Bruno Lanvern, Ombria Martelli, Claire Matuszynski, Anne Laure Murier, Bruno Seznec. **Secrétaire de Rédaction :** Nadine Ponton **Responsable du Studio Graphique :** Arnaud Marin **Infographiste :** Anne Bornet **Publicité :** O2C Régie **Directeur :** Alexandre Benyamine **Directrice Adjointe :** Julie Bouchon **Responsables de Clientèle :** Marie Ehrlacher, Christophe Giaccardo **Assistante :** Céline Breheret

Signé Barrière est une publication **O2C**  
 3030, chemin de Saint-Bernard 06220 Sophia Antipolis / Vallauris - France - Tel. : +33 (0)4 93 65 21 70 - Fax : +33 (0)4 93 65 21 83  
 e-Mail : contact@o2c.fr - www.o2c.fr

**Courrier des lecteurs :** sbarriere@lucienbarriere.com

*artcover* 10 Laurent Fau. Le maestrographe *news* 16 Agenda  
 22 Musique 24 Livres 26 Méli-mélo *tendances* 32 Homme-nubilés  
 35 Le sucre fend la glace 39 Des tuk tuk à Paris. Un truc de thaï 40 La séduction.  
 Vous habitez près d'ici ? 43 Shopping



*décryptage* 48 Télévision(s), branle-bas dans le puzzle 50 Marc-Olivier Fogiel, un "parent de la télé" 54 À vous Cognacq-Jay 56 Importée d'Amérique, Netflix, la diagonale du flux 59 Hashtag et pouce en l'air, la chaîne des autres écrans 60 Tendances Mode *talents* 68 François Berléand. "J'aime... ou pas" 72 Linh-Dan Pham. Discrète en soie *saga* 76 Pommery. Le vif Champagne *évasion* 78 L'Esprit Fouquet's. Paris by Barrière *divers* 82 People 84 Ce jour là à Deauville. L'affaire de la poule rose. 86 Quizz télévision 91 English version



**Heineken**<sup>®</sup>  
open your world<sup>\*</sup>



\*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.



En Couverture :  
Pierre Hermé Paris

Livre "Perles  
couleurs d'Afrique"  
de LY Dumas,  
Editions Gourcuff

# LAURENT FAU

## *Le maestrographe*

Il photographie "les architectes du minuscule". La brioche polonaise de Pierre Hermé, les gaufres, le pain d'épices, le flan, le financier, la charlotte, la tarte, le kouign aman aux fruits rouges, le parfait glacé auraient-ils cette part de magie sans la "vista" de leur metteur en lumière Laurent Fau ?

PAR BRUNO LANVERN

**M**ais à l'instant même où la gorgée mêlée de miettes du gâteau toucha mon palais, je tressaillis, attentif à ce qui se passait d'extraordinaire en moi. » Le photographe Laurent Fau a beau avoir lu - "un peu" - Marcel Proust, il n'est pas un dandy de la gourmandise. Il en est un espion au grand jour. Un voleur d'instant ? Non. Encore moins un pique-assiette. Cet homme-là prémédite ses clic-clac. Ce qui n'empêche pas l'improvisation. Qui est toujours le meilleur fruit de longues préparations expertes et méticuleuses. Mais pas question de badiner. Comme la photographie, la pâtisserie est une école de précision et de justesse de temps. Il y a aussi les pauses, l'attente, l'alchimie des éléments, le travail en équipe, goûter comme on regarde dans l'objectif de l'objectif, cadrer comme on se glisse dans une recette.

Très discret sur ses relations avec ces maîtres de la pâtisserie - Pierre Hermé, Christophe Michalak - Fau joue habilement de l'esquive : « Ils sont des créateurs, des inventeurs, des virtuoses de l'instant saisi. Pas figé : saisi. Ce qu'ils font n'est pas seulement original. C'est original, c'est la base revenue, l'essence d'un incroyable



Pierre Hermé Paris



Pierre Hermé Paris



Livre "ISPAHAN", Editions La Martiniere



savoir-faire. Et puis, tout à coup, le déploiement de... quelque chose. Oui, le déploiement, parce que quelque chose de physique se passe. Quelque chose de viril, une force. Ils ont un truc. » Tout se passe comme, si en traversant la galerie de ses livres et de ses superbes photos, Fau restait, quoiqu'il en dise, un autre que le "simple" spectateur encore épaté par le talent de ceux qu'il représente sur papier glacé. « Ils savent que je suis admiratif et qu'ils me donnent de la hauteur », nuance-t-il. Mais la brioche polonaise de Pierre Hermé, les gaufres, le pain d'épices, le flan, le financier, la charlotte, la tarte, le kouign aman aux fruits rouges, le parfait glacé, auraient-ils cette présence sans la "vista", le moment provoqué qui fait

se rejoindre la lumière et la matière, le goût des yeux et la saveur des nuances ? Comme l'écrit Eve-Marie Zizza-Lalu, dans "Rêves de pâtissier" (\*) : « Qu'ils s'inspirent du passé ou surgissent comme une évidence dans l'esprit du pâtissier, les desserts des temps modernes possèdent un statut à part. Leur existence est étroitement associée au nom de leur créateur. » Et à leur photographe ? Qui, à son tour, montre et met en scène du Hermé, du Michalak ? « Je suis un escroc. Je ne fais que révéler la beauté d'un éphémère rendu réel par d'autres », s'amuse Laurent Fau.

Derrière ce sourire, les mots - choisis - ne disent pas tout. En travaillant depuis quinze ans sur des séries



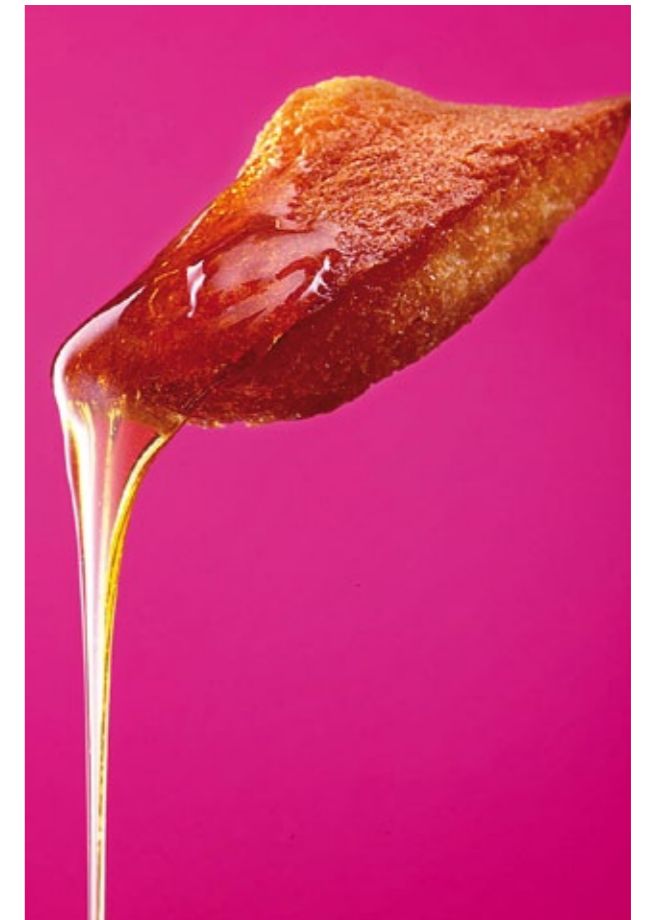
Agence Being pour Pierre Martinet



Livre de Christophe Michalak  
"C'est du gâteau!" Editions Plon



Les essences et les lumières by Fouquet's



Livre de Christophe Michalak "C'est du gâteau!" Editions Plon

publicitaires pour des marques prestigieuses de grand luxe, Laurent Fau crée une œuvre surgie de l'éclat de flacons de parfum, du carmin de deux cerises pareilles à des rubis suspendus en dormeuses, du grain des perles lacées sur des bijoux ethniques... L'expression "mise en place" prend tout son sens quand le photographe cerne son sujet. Eclairages, réflecteurs, projecteurs : il invente sa propre 3D, comme s'il peignait avec de la lumière en jouant des ombres et des clairs-obscur pour obtenir l'étincelle, le cliché.

Cet enthousiasme n'abandonne jamais Laurent Fau. Dans la tasse de thé posée devant lui, il voit une lumière ambrée, une soie changeante, plate en même temps que légèrement froissée. Il regarde autour de lui les éclairages – « C'est mon côté décidément très studio ». Pourtant, ceux qui l'ont vu travailler savent aussi que tout peut se réaliser, être modifié, changer. Le temps de croquer une fraise. Ou d'appuyer sur le bouton de son appareil. On en reste baba. Et le photographe s'étonne alors que l'on s'étonne. Maestrographe !

(\* *Rêves de pâtissier par Pierre Hermé, Editions de La Martinière. Photographies de Laurent Fau.*



La fraîcheur éclatante d'un cocktail nuancé  
comme un vitrail créé par le Chef Barman  
de l'Hôtel Fouquet's Barrière.





# Mugler Follies

## LE BAL FANTASTIQUE de Manfred T.



Le créateur touche-à-tout transforme tout, il détourne, il sculpte une époustouflante revue et un dîner-spectacle joliment décalés avec une troupe de danseurs, d'acrobates et de "performeurs" exceptionnels. Mugler rime plus que jamais avec total univers.

PAR OMBRIA MARTELLI

Naguère danseur, créateur de mode, de haute couture, de parfums (dont le cultissime "Angel", avec Clarins) et de costumes pour le théâtre, photographe, metteur en scène... Manfred Thierry Mugler, sexagénaire, continue ses métamorphoses flamboyantes. Après son départ aux États-Unis voilà onze ans, le revoilà en France avec un projet aussi inattendu qu'abouti : une revue Mugler Follies, et un dîner-spectacle revisité par by Fouquet's aux bons soins de Lucien Barrière Hôtels et Casinos. Dans le petit mot d'accueil qu'il a rédigé pour les spectateurs, Manfred T. Mugler raconte ainsi son coup de coeur : "On m'a souvent posé la question de savoir pourquoi j'avais créé les Mugler Follies, écrit-il. En fait j'ai senti le besoin de souffler une brise de légèreté sur notre époque. J'ai choisi l'art de la revue car c'est un art libre (...) Mon souhait est de partager avec vous un instant de rêve. J'espère vous surprendre, vous étonner et peut-être vous épater un peu." Un peu ? Pour le coup, c'est peu de le dire. Sans la liberté de s'enflammer il n'est pas d'éloge flatteur... Courrez donc, allez voir cette féerie dont la joie et la liesse n'ont rien de gnan-gnan. Des mots surannés, désuets ? Et alors ! Ils disent toute l'énergie faussement déjantée et admirable de maîtrise d'un univers sophistiqué, aux fines chorégraphies et aux tableaux habillés de lumières et de projections d'images époustouflantes. Dans cette suite d'instantanés incroyables, innovants, inédits, précieux, vifs comme

des saphirs, drôles et troublants naît une extravagance. Mugler assume et joue de ce mot qui raconte un genre



Photos : Christian Gautier © MTMU/Manfred T. Mugler

esthétique foisonnant : une "extravaganza". Comme un clin d'oeil à l'histoire du show bizz, c'est au théâtre le Comédia (\*) que s'envolent en France ces Mugler Follies. Sur cette scène (classée au patrimoine) où dans les années 1920-1930 Mistinguett, Maurice Chevalier et Raimu réinventaient les codes du "divertissement parisien", loin des lourds effets du cabaret et des revues plus ou moins coquines montées à la va-vite. C'était quand Cocteau rêvait de faire du cinéma, quand Picasso abandonnait Pablo, quand Joséphine sublimait Baker, quand les surréalistes mêlaient érotisme, magie, performances musicales et métamorphoses de ballets dans des expériences bouillonnantes de créativité.

Manfred T. Mugler continue de dévoiler ici sa panoplie fantastique, déjà révélée lors de sa création en 2002 à Las Vegas du spectacle Zumanity pour et avec le Cirque du Soleil. Ici la troupe de danseurs, d'acrobates et de "performeurs" exceptionnels est sa matière et son prétexte : il transforme, il détourne, il sculpte ces corps de femmes et d'hommes mêlés grâce à une mystérieuse alchimie de fluidités, de corsets et de justaucorps. Dans la discipline (il s'impose lui aussi des entraînements acharnés de body-building), Mugler reste en quête de libertés. D'extravagance magistrale.

(\*) Comedia, 4 boulevard de Strasbourg, 75010 Paris  
www.muglerfollies.com



# ART DÉCO

## Un look français

Une école de libertés. En France dans les années 1920, l'Art Déco jette les manuels au feu des temps anciens. Au sens figuré, bien sûr, tandis que dans l'Allemagne et l'Italie fascinées par le fascisme, des autodafés - livres et toiles brûlés - se préparent sous le prétexte d'anéantir cet art que des porteurs de brassards nomment "dégénéré". De la maîtrise mais pas de maîtres. La palette que donne à voir cette exposition est saisissante de modernité et d'audaces. La mode est là (Poiret), l'architecture est là (Mallet-Stevens), la peinture est là (Véra, l'autodidacte fonceur), la photo et ses modèles sont là (Baker, "la" Joséphine), aujourd'hui et demain sont là.

Jusqu'au 17 février, Quand l'Art Déco séduit le monde, Cité de l'Architecture et du Patrimoine, Paris XVI<sup>ème</sup>




# Cartier

## AU GRAND PALAIS

"Diamonds are the girl's best friends", chantait Marilyn Monroe. Désolé, Norma Rae, mais pas seulement... Cartier livre toute sa noblesse dans une exposition inédite et bien nommée sous l'éclat de la verrière baignée de lumière du Grand Palais, à Paris : "Cartier, le Style et l'Histoire". Comment les bijoux et l'orfèvrerie sont-ils des compagnons, des emblèmes, des "marqueurs" de temps lisses ou tumultueux ? Comment et pourquoi sont-ils sertis dans l'idée de majesté, de pouvoir économique ou d'empire esthétique ? Quel lien unit depuis le fond des temps l'or, l'argent et les pierres précieuses ? Qui règne sur cette hiérarchie solennisée du beau ? Les bijoux se démodent-ils ? Ou bien, comme les vins majestueux, vivent-ils à l'ombre de coffrets en attendant de nouvelles et ultimes lumières ? Affaire de style et questions d'histoires.

Jusqu'au 16 février, Grand Palais, Paris VIII<sup>ème</sup>. Tous les jours de 10h00 à 20h00, sauf le mardi

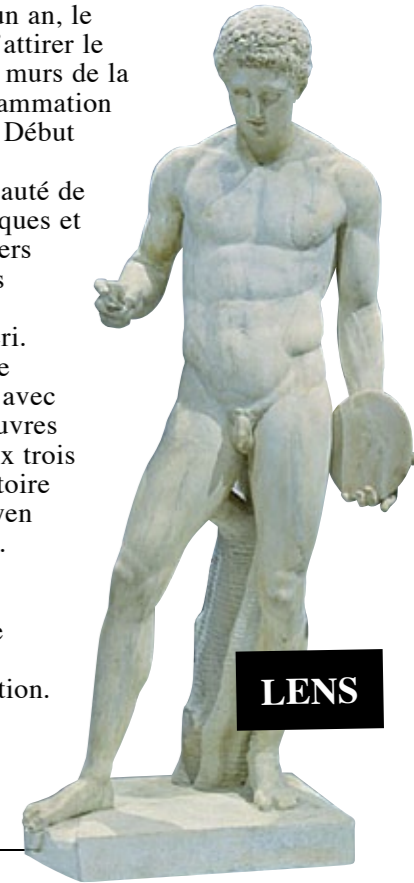
PARIS

# DU NOUVEAU DANS L'ANTIQUÉ

## du Louvre Lens

Ouvert il y a tout juste un an, le Louvre-Lens ne cesse d'attirer le monde culturel hors des murs de la Capitale avec une programmation de plus en plus pointue. Début décembre, les visiteurs pourront découvrir la beauté de l'exposition « Les Etrusques et la Méditerranée » à travers l'histoire de l'une de ses plus grandes métropoles de l'âge de fer : Cerveteri. Avant de plonger dans le « Sacré » mi-décembre, avec la description de sept œuvres majeures appartenant aux trois grands courants de l'histoire de l'art : Antiquité, Moyen Âge et Époque moderne. L'exposition « Voir le Sacré » traite de thèmes fondamentaux comme le rapport à l'au-delà et au futur, le salut et l'apparition.

Jusqu'au 10 mars et jusqu'au 21 avril, Musée du Louvre Lens



BIARRITZ

# L'Océan s'habille de lumière

Durant une semaine, plusieurs centaines d'éclairages féériques vont sublimer les bâtiments historiques de la ville, soutenus par une scénographie inventive et envoûtante. Organisé pour la 8<sup>e</sup> année consécutive, cet événement pare la ville de mille « feux » et met en place plusieurs spectacles et animations dans divers lieux cultes comme la place Bellevue ou l'église Sainte-Eugénie ; afin de plaire aux plus grands comme aux plus petits durant cette période de fêtes unique. Plusieurs soirées éphémères seront aussi organisées dans une ambiance clubbing et électronique sur la place Mazon et l'esplanade de la Grande plage.

Du 21 décembre au 1<sup>er</sup> janvier, dans les rues, et les lieux historiques de Biarritz

# Une envie DE MARRAKECH



Pour sa 5<sup>e</sup> édition, la Biennale de Marrakech rassemble amateurs d'arts, historiens, académiciens, artisans ou philosophes autour d'un thème fédérateur 'Où sommes-nous maintenant ?' Cet événement lancé en 2004 a pour objectif de relier dans la découverte réciproque les cultures traditionnelles marocaines et l'art d'aujourd'hui. L'univers et l'atmosphère raffinée de la très belle Marrakech invitent les artistes à partager leurs inspirations et leurs arts avec les artisans locaux afin de créer une réelle symbiose entre ces deux mondes, dans des lieux incontournables, tel le Théâtre Royal.

Du 26 février au 31 mars 2014

# AU CINÉMA ici et là-bas

## DEAUVILLE

Organisé chaque année au Centre international de Deauville, ce festival né des films d'Orient a pour but de faire découvrir au public français et international la diversité et la richesse du cinéma asiatique. La sélection très large embrasse toute la production asiatique, de l'Iran au Japon en passant par la Corée et la Chine. L'édition précédente avait récompensé le talentueux réalisateur indien Kamal K.M avec son film I.D, salué chaleureusement par la critique après sa sortie. Le festival, ce sont aussi plusieurs activités et événements thématiques qui animent Deauville durant ce week-end très exotique.



Du 5 au 9 mars 2013, Centre International de Deauville

## LILLE

Depuis maintenant 30 ans, le Festival du cinéma européen de Lille, organisé par l'association Prix de Court, met à l'honneur les courts métrages. Devenu un des événements culturels majeurs de la métropole lilloise, cette compétition propose des films venus de l'Europe entière. Ce festival s'articule autour de 3 événements majeurs : une compétition de court métrage, un festival off composé de séances thématiques, de conférences, d'expositions et un concours des scénarios mis en place depuis 15 ans qui récompense 3 scénarios. Pour sa 29ème édition, le Festival du cinéma Européen 2013 était composé d'un jury d'exception Alain Berbérian, Jean-Luc Couchard, Bob Swaim et Valérie Mairesse. Ils ont attribué le Grand Prix du jury à Gabriel Gauchet pour The Mass of Men.

Du 28 mars au 4 Avril 2014. [www.filmcourt-lille.com](http://www.filmcourt-lille.com)



## Le duo breton DES QUEFFELEC

L'Hôtel Hermitage Barrière de la Baule accueille chaque année des musiciens d'exception pour des moments intenses et uniques dans un cadre privilégié. Pour cette nouvelle date, la célèbre pianiste Anne Queffelec a carte blanche pour inviter des artistes à l'accompagner sur scène, et animer des concerts durant ce week-end de mars. Son frère, l'écrivain Yann Queffelec, fera une apparition pour réciter ses textes sur des musiques du quatuor à cordes Prazac.

Les 21, 22 et 23 mars 2014

## LA BAULE



## CARNAVAL autour du goût



Durant 15 jours, des défilés carnavalesques vont saler et poivrer la ville de Nice dans les décors gargantuesques de la place Masséna. En tout, 18 chars raconteront l'histoire du « Roi de la Gastronomie ». Ces parades géantes et colorées, qui se déroulent de jour ou de nuit, seront animées par plus de 1 000 musiciens et danseurs venus des quatre coins du monde. Dans l'écrin unique de la Promenade des Anglais, les élégantes batailles de fleurs sur des chars parés des plus belles compositions florales embelliront la ville sous les pétales. A ne pas manquer !

Du 14 février au 4 mars 2014, dans les rues de Nice. [www.nicecarnaval.com](http://www.nicecarnaval.com)

## NICE

## Salon des Antiquaires ET DE L'ART CONTEMPORAIN

Avec plus de 100 exposants et 15 000 visiteurs attendus, le Salon des antiquaires et de l'art contemporain de Bordeaux est le plus couru du Sud-Ouest. Regroupant des galeristes réputés et des exposants locaux, cet événement présente une importante variété d'objets appartenant à tous les styles et courants. Reconnu dans le monde des amateurs d'art, ce salon fête cette année ses 40 ans et mettra à l'honneur l'art des cultures lointaines, avec des performances artistiques hors du commun et époustouflantes.

Du 25 janvier au 5 février 2014

## BORDEAUX

## Les marchés DE NOËL

De renommée internationale, les marchés de Noël du nord-est de la France attirent toujours autant de monde au fil des années. Qui mieux que les inventeurs de la Saint Nicolas pour retranscrire l'ambiance féérique des fêtes de Noël ? Décorations, gourmandises, parades et illuminations sont toujours au rendez-vous des marchés de Strasbourg, Ribeauvillé ou Lille, pour un séjour dans un monde merveilleux où le froid laisse place à la chaleur envoûtante des cheminées et des odeurs de pains d'épices traditionnels. Moments magiques garantis ! Où qu'ils soient, les marchés de Noël évoquent toujours un univers charmant et protégé. Le froid n'y est que flocon, le noir de la nuit s'enfouit dans le rideau bleu profond des étoiles dorées aux filaments de la Lune qui attend le soleil, forcément. Mais plus tard. Et c'est là qu'est le problème. Dans le "plus tard". Les marchés de Noël ne durent que le temps de Noël : ils sont là, maintenant. Après, ils ne seront que des lucarnes sur la lumière des beaux scintillements lointains. Sous la neige ils ne sont que jolis et merveilleux, éveilleurs d'histoires et de simples sentiments. Il faut les prendre comme ils sont, ces marchés de Noël : des boîtes joyeusement embrassées de rubans verts et rouges. Avec l'odeur du sapin qui traîne dans l'air. Comme le font les clafoutis sortis du four ou les pains d'épices quand ils refroidissent. Joyeux marchés de Noël !



Tous les week-ends de décembre, dans les plus jolis villages du Nord et d'Alsace

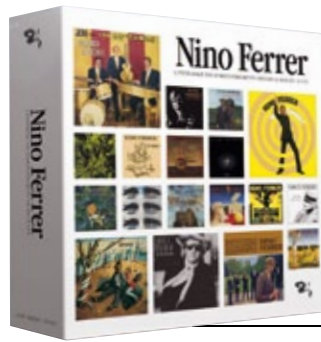
# le son D'ALEX

Pour sa playlist de saison, Alexandre Guilloux, chargé des animations et diners-spectacles de Lucien Barrière Hôtels et Casinos, a mixé talents confirmés, guest-stars et artistes à suivre.



## Nino Ferrer « L'INTÉGRALE »

Quoi de mieux pour célébrer dix ans de tubes planétaires qu'une compilation ? Et attention, ce n'est pas un best of ! Ce volume 10 rassemble des morceaux inédits... Vous pourrez y retrouver tous les frenchies qui ont la côte, tels Justice, Cassius, Breakbot, Sebastian, Busy P ou encore Mr Oizo : il signe, lui, une intro et le morceau "SECAM" qui réveillerait le plus fatigué des fêtards. Au total, 14 morceaux illustrant tout le savoir-faire français en matière de musique électronique, et tous ceux qui ont contribué à faire rayonner la French Touch sur la scène internationale.



## Agnes Obel « AVENTINE »

Agnès Obel, est une auteure, compositrice et interprète danoise. Depuis son premier album « Philharmonics », Agnès enchaîne succès et récompenses... Son deuxième album était donc très attendu. Elle a choisi « Aventine » pour revenir, un album subtil, profond, sensible, enivrant et doux.



La présence du piano et de sa voix douce nous invite au voyage et à l'introspection. Un beau mélange entre le folk, la pop et la musique classique, de douces perspectives pour la fin d'année.

## Lou Reed « TRANSFORMER »

Un hommage à l'un des fondateurs du groupe The Velvet Underground (1943-2013). Difficile de faire un choix dans l'étendue de la discographie de l'artiste, mais « Transformer », avec ses légendaires morceaux "Walk on the Wild Side" ou "Perfect Day" s'est imposé. Nous ne pouvons pas non plus ne pas mentionner l'album



« The Velvet Underground and Nico » dont la pochette avait été créée par Andy Warhol lui-même, qui restera un bijou musical, avec le titre "Sunday Morning", entre autres. Lou Reed restera l'un des patrons du rock, dont l'empreinte a marqué, et marquera à jamais, la communauté des musiciens de cette mouvance.

## LA COMPILÉ DES PETITS

# "We Love Disney"

En matière de compilation de Noël, il est très compliqué de trouver de l'original et de l'étonnant... Mais le label Mercury a fait très fort pour cette fin d'année. Pour la première fois, retrouvez les musiques des grands classiques Disney tels que Mary Poppins, le Livre de la Jungle, Blanche Neige, le Roi Lion ou les Aristochats... revisités par les plus grands artistes francophones du moment, Jenifer, Nolwenn Leroy, Ben L'Oncle Soul, Christophe Willem ou encore Thomas Dutronc... Une idée originale, qui saura sans aucun doute séduire petits et grands.



IF YOU ARE LOOKING FOR A WIDE SELECTION OF EXQUISITE TIMEPIECES AND FINE JEWELLERY, YOU ONLY NEED TO KEEP ONE NAME IN MIND.

For more than 135 years, the name "WEMPE" has stood for the utmost expertise in the art of making jewellery and timepieces. We offer a unique selection of valuable treasures at 27 Wempe showrooms worldwide. We are especially proud because for more than a century we have been privileged to contribute to the grand feelings that our customers express when they purchase jewellery or timepieces. Our pieces of jewellery uphold international standards and are born in our own atelier. This is true for unusual one-of-a-kind items as well as for our diverse assortment of classic pieces with brilliant-cut diamonds. And a century-old friendship links us with the world's foremost watch manufactories. You will find WEMPE showrooms at the loveliest locations in great European metropolises, New York City and in Beijing. Each shop also offers service or advice whenever you require it, so you can be certain that we will always be available to meet your individual needs. We cordially invite you to discover an abundance of interesting new items and exclusive special models at one of Europe's leading jewellers. We look forward to your visit!

# WEMPE

EXQUISITE  
TIMEPIECES & JEWELLERY

Paris, 16, rue Royale, T +33.1.42 60 21 77

HAMBURG LONDON PARIS NEW YORK BEIJING WEMPE.COM



We accept all credit cards.

# c'est à lire

## DU PAPIER SOUS PRESSION



**L**es dernières prévisions de vente évoquent environ 2,7 millions d'exemplaires à travers le monde. Créé en 1955 au Royaume Uni sous le parrainage des brasseries Guinness, le Guinness World Records (le Livre des Records) paraît pour la première fois en 1962 en édition française. Mais si ce phénomène international de librairie bientôt sexagénaire est célèbre pour sa "version papier", il veille à s'adapter au monde numérique et aux nouveaux lecteurs. Comme le confirme sa dernière livraison pour 2014. Déjà l'an dernier, le Guinness avait mis en place des applications dont l'une des plus efficaces et ludiques permet au lecteur de placer son outil numérique sur le livre, d'en saisir une image qui devient une brève vidéo. Un "2 en 1", en quelque sorte. Testée avec la version papier du livre en 2013, le Guinness indique que cette seule application aurait augmenté le nombre de téléchargements de 250% ! On apprend aussi que la plateforme web Challengers, associée au fameux best-seller, accueille les vidéos des concurrents aux diplômes certifiés par les arbitres Guinness. 10% des nouveaux records recensés dans l'édition du Livre des Records 2014 auraient ainsi été validés par ce moyen. Une page qui se tourne ?

## La tranchée d'après

Quand littéraire rime avec centenaire... Certains ont vu dans l'attribution du Goncourt 2013 une "allégeance commémorative". D'autres affirment avoir vu venir, comme un nez de cuir sur une Gueule Cassée, ce retour vers la guerre de 1914. A ceux qui soupçonnent que "Au revoir là-haut" de Pierre Lemaître (\*) est un assaut de conformisme, il convient de rappeler un fait : Lemaître n'est pas sorti pour rien de la tranchée de la rentrée littéraire. Son solide roman -

un monument aux maux de l'après -, raconte comment l'armistice, censé être protecteur, camoufle le carnage. Comment la glorification des morts peut ne pas laisser de place aux survivants.

(\*) "Au revoir là-haut" de Pierre Lemaître, Albin Michel, 566 p., 22,50€.



L'ART DU CHAMPAGNE DEPUIS 1836.



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

# Alaïa

LES FILS D'AZZEDINE



Il a su glisser le corps des femmes dans ce qu'il pensait être l'enveloppe délicate imaginée pour celles qui reniaient leurs courbes et leurs formes. Arrivé dans l'Occident chamoillé, il a résisté à la facilité de l'exposition commerciale de seins félins et de hanches ambrées. Dans les contorsions des années 1980, il a dessiné une ligne claire, osé des matières, torsadé des cuirs, mêlé des laines, des cachemires et des pashminas, imaginé - le fou ! - la simplicité dans le plus difficile : le bien-être en soi, sur soi. C'est dans la ligne que cet indiscipliné prouve son talent. La justesse, non pas la pureté, mais le simple sentiment que l'audace et le savoir inventent la chose la plus indéfinissable : l'amour, et le plus bêtasson des mots : le partage. Pourquoi aimer aller voir Alaïa, Azzedine Alaïa ? Parce qu'il est exposé au musée de la Mode à Paris (\*). Yves Saint Laurent l'admirait. Il avait bon goût.

\* Palais Galliera, Paris XVI<sup>e</sup>, jusqu'au 26 janvier 2014



## « SHOW MUST GO ON » à Montreux

La Fondation du Casino Barrière de Montreux a inauguré le 3 décembre dernier, en partenariat avec le géant musical Universal, une exposition consacrée au mythique groupe Queen et à son emblématique chanteur Freddy Mercury. La rétrospective a eu lieu dans une salle au cœur même du Casino Barrière, qui abrita pendant de nombreuses années le studio d'enregistrement référence du Groupe. Conservé et réhabilité, cet endroit atypique décline plusieurs pièces et objets uniques du groupe. Un moment pour revivre l'histoire exceptionnelle de Queen et de son leader si charismatique.

# Élection tricolore GROGNONS S'ABSTENIR

Douze heures après la proclamation des résultats le 8 décembre, le site Internet M Style du journal Le Monde "cassait" sa page d'ouverture pour la consacrer à une élection. Rien d'étonnant sauf qu'il s'agissait d'un scrutin, avec remise d'écharpe tricolore, dont le sérieux quotidien n'a pas toujours été un assidu du compte-rendu : l'élection de Miss France 2014. Le journal indique son nom, Flora Coquerel, et ne cache rien de la profession de foi de la candidate jeune Franco-Béninoise âgée de 19 ans. Miss Orléanais, étudiante en 2<sup>ème</sup> année BTS de commerce international, souhaite une fois accompli son mandat d'un an travailler dans le marketing de luxe et continuer à pratiquer la danse et le badminton. Sont aussi évoquées "les causes qui lui tiennent à cœur" : l'alphabétisation et l'insertion des femmes dans le monde du travail. Sans oublier les conditions du vote (33 jeunes femmes de 18 à 24 ans, mesurant entre 1,70 m et 1,82 m) et le secret sérieux des délibérations avant le vote final des téléspectateurs. Quoi de neuf dans le Monde en 2014 ? Miss France, made in France. Grognons s'abstenir.



# Cravate

## LE COME BLACK



Débranchée, coupée, élaguée... De soie ou de laine, le col ouvert de ces messieurs avait fait de la cravate l'orpheline en même temps que l'absente des dressings masculins en ces années 2000 commençantes. D'un geste et d'un simple tour de main, la revoilà. Forcément. Précisément posée sur le cou. Parure verticale sous une barbe de trois jours soigneusement entretenue, version présentateur info BFM ou LCI (voir Signé Barrière N°4), plaquée sur les deux bords de revers d'une veste plutôt cintrée, c'est un "come black" – façon couleurs sombres. Les imaginatifs de la publicité, qui n'oublient pas toujours d'anticiper les tendances, ont retrouvé l'essentiel de cet accessoire masculin. Cravaté de noir ou de sombre sera donc l'homme élégant de 2014. Cravaté, d'abord et, désormais, à nouveau. A chacune son morceau de tissu noir référence. Et après ? Les bonnes adresses ne manqueront pas de se chuchoter.

# Chocolat

## UNE PÉPITE À LA CARTE

Le Cook Master Barrière 2013 a tranché finement. Barbara de Labriffe devient donc la toquée 2.0 de l'année ! Cette jeune maman de trois petits gourmands a ébloui un jury très pointilleux : Luana Belmondo, Abdel Alaoui, Christophe Adam et trois chefs de Lucien Barrière Hôtels et Casinos, Claude Ducrozet (Hôtel Fouquet's Barrière de Paris), Eric Mignard (Hôtel Castel Marie-Louise de La Baule) et Michael Durieux (Hôtel Majestic Barrière de Cannes). Avec le clin d'œil du lauréat 2012, Anthony Le Rhun, dont les fameux « chouchous de Lucien » révèlent le niveau d'expertise de cette amicale compétition autour du sucré. Barbara a préparé avec précision, décision et passion une recette qu'elle a imaginée toute seule : « la pépite de Marta ». Une sphère en chocolat noir garnie d'un crémeux au marron et d'une crème chantilly aux éclats de pralin, surmonté d'un « soleil » composé d'un moelleux au chocolat et de praliné doré. Une pépite qui sera dès fin décembre à la carte de tous les restaurants des Hôtels et Casinos Barrière. Tous...



## HIMALAYA *Du sel tombé à pic*

Du sel à huit mille mètres (8 kilomètres) au-dessus du niveau de la mer ! Il vient des massifs de l'Himalaya, du toit du monde. Et ses vertus sont « exceptionnelles », selon les avis de tous les experts. Le voilà devenu la coqueluche des cuisines. Il serait au champignon ce qu'est la truffe. A l'enfer ce qu'est le paradis. Valeur oligo-éléments à l'appui. Voilà 250 millions d'années, l'océan marin recouvrait la plus grande partie de la Terre. Dans une grande déflagration, tout s'est chamboulé. Le fond des eaux s'est trouvé en altitude tandis



que les hauteurs sombraient dans les abysses. Après ce bastringue géologique, l'eau a glissé mais laissé dans son sillage « ce » sel. Qui s'est cristallisé. Et, exposé à l'atmosphère - bien qu'incrusté entre 400 et 700 mètres de profondeur - s'est oxydé. Voilà pourquoi le sel de l'Himalaya est piqueté de taches de rouille. Il assaisonne les disputes des experts du sodium, mais reste selon tous les connaisseurs « le plus pur de la planète ». Il a été médicalement prouvé qu'il contribue largement à l'élimination des toxines agaçantes qui sabotent l'entrain du quotidien. Du sel service, quoi.

# ANIMAUX ET COMPAGNIES

## *Le pet-business*

La jungle du business des animaux célèbres génère chaque année des centaines de millions de dollars. Il propulse leurs maîtres à la tête de véritables empires dans les classements des personnalités les plus fortunées du monde. Qui se cache derrière ce « pet business » ? Autour de chatons ou de chiots - avec un plus évident pour les petits chats - un marché médiatique flambe sur Internet. Avec des animaux devenus des héros. Au point que sur « leurs » sites, ils parlent. En disant « je ».

### *Boo : Obama et moi*

« Je suis Boo, un poméranien mâle né en 2006 en Californie. Je dois mon nom à Khloé Kardashian et ma notoriété à ma maîtresse, qui a un poste haut placé chez Facebook. J'accumule à moi seul plus de 120 millions de vues sur YouTube, 8 millions de fans sur Facebook, et les 3 livres de photos de moi en vacances se classent parmi les best-sellers du New-York Times. Enfin, j'ai succédé à Uma Thurman dans les pages mode de l'édition d'août 2013 du très influent Harper Bazaar. Depuis mon succès en 2010, ma maîtresse est devenue multimillionnaire et est rentrée dans le classement Forbes. J'ai aussi été reçu à Noël en invité d'honneur à la Maison Blanche, par Monsieur Barack Obama et ... son chien Sunny. »

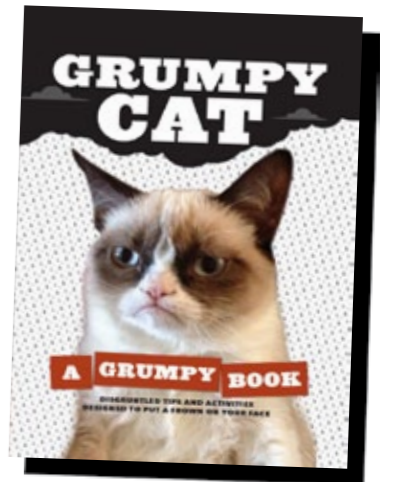


### *Grumpy : Ma vie en best seller*

« Je suis Grumpy Cat, de mon vrai nom Tadar Sauce, je suis née en 2012 en Arizona. Je dois mon nom « grumpy » (grincheuse) à ma mine boudeuse, due à une déformation de ma dentition qui me donne cette tête si particulière. Elevée par une femme serveuse et pas très fortunée, je dois ma célébrité aux 1.5 millions de mes followers sur Twitter, et des dizaines de millions de vues sur YouTube. J'ai fait en toute simplicité la une du très sérieux Wall Street Journal en mai 2013 et mon premier livre (ma biographie) a été vendu à plusieurs millions d'exemplaires. Naturellement, ma maîtresse, mon manager et moi-même, vivons désormais dans un manoir kitchissime.

A la rentrée 2014, je serai l'égérie de la très importante marque d'alimentation pour animaux, Friskies. » Mais Boo et Grumpy ont peut-être du souci à se faire. Car une nouvelle cat star est apparue. Son nom ? Colonel Meow. A son pedigree de chat persan de 2 ans, qui « réside » à Washington (Etats-Unis),

il ajoute une spectaculaire particularité qui vient de lui ouvrir les pages du Guinness Book des records. Colonel Meow est en effet le chat le plus... poilu du monde avec des effets capillaires dépassant les 20 centimètres de long.





# Concerts à la carte MUSIQUES EN VRAI

Les Casinos Barrière font revivre Cloclo, le King, les Beatles, les Blues Brothers et Abba sur leurs scènes pour une tournée exceptionnelle. Programmée sur plus de 170 dates, du 6 décembre 2013 à octobre 2014, la tournée « Tribute to » enchante les amateurs de musique autour d'artistes complets et reconnus : danse, chant, mise en scène et jeux artistiques. Chaque spectacle sera accompagné de dîners thématiques imaginés par les chefs de Lucien Barrière Événements et Réceptions. T-Bones, Vinyles au chocolat et menus disco seront au rendez-vous de ces moments de divertissement sans fausse nostalgie.

# Kaas INVENTE PIAF sur les scènes DES CASINOS BARRIÈRE

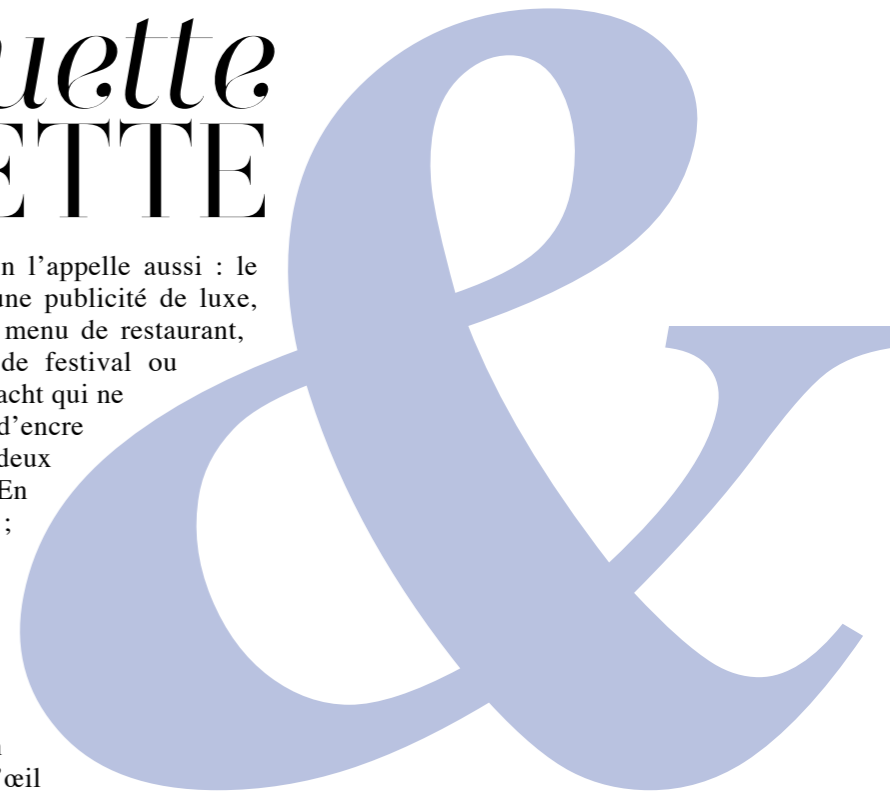
Pair et Kaas. Sur les scènes des Casinos Barrière Patricia Kaas hisse son talent dans un spectacle qui a la bonne idée de ne pas flotter sur l'air du temps. Là où certains ont eu l'intuition d'un filon Piaf, 50 ans après la mort de "la même", celle qui chante "Mon mec à moi" invente un hommage sincère. Vingt et un titres qui ont bénéficié des arrangements musicaux d'Abel Korzeniowski, la main d'or d'Hollywood saluée par une nomination aux Golden Globes pour la B.O. d' "A Single Man". Patricia Kaas a défendu ce show original sur les scènes les plus prestigieuses : Royal Albert Hall de Londres ; Carnegie Hall de New York ; l'Olympia de Paris ; Operetta Theatre de Moscou. Avec une mise en lumières et des projections d'images inédites de la petite dame brune qui avait conquis le monde, Patricia Kaas invente une histoire sans piller le mythe. Chapeau, milady.

En tournée : le 15 mars à Deauville, le 20 mars à Lille,  
le 21 mars à Enghien les Enghien, le 25 mars à Toulouse,  
le 26 mars à Biarritz, le 27 mars à Bordeaux  
[www.lucienbarriere.com](http://www.lucienbarriere.com)



# L'esperluette EN VEDETTE

Elle est partout, cette esperluette : &. On l'appelle aussi : le "et commercial". Depuis deux ans, pas une publicité de luxe, pas une couverture de magazine, pas un menu de restaurant, pas une invitation, pas un programme de festival ou d'exposition, pas un avis de louage d'un yacht qui ne voie se glisser ce ruban de deux boucles d'encre calligraphiées pour nouer un lien entre deux mots ou deux noms dans l'air du temps. En français : et ; allemand : und Zeichen ; anglais : and sign ; grec : simblektikó símvolo ; hongrois : és jel ; japonais : ando ; russe : ampersand ; et même en espéranto : kaj-signo. Deux lettres : E. T. Rien d'extraterrestre. Simplement une conjonction de coordination de la grammaire française que la mondialisation pub-artistique a formatée en un clin d'œil (comme le clic de l'arobase @ pour le Web). Plus qu'un logo, pas une marque : un repère, un indicateur d'appartenance au "qui est quoi". Ce & est devenu une lettre de noblesse.



# De parfums ET D'ENVIES



Les parfums Fouquet's sont arrivés le 20 décembre dans les Hôtels et Casinos Barrière. A découvrir ou à offrir comme une invitation à prolonger le voyage et l'atmosphère d'instant choisis... Les senteurs inédites de cette gamme olfactive by Fouquet's sont riches d'arômes autant familiers qu'exotiques. Cinq parfums (deux masculins, deux féminins et un mixte), quatre bougies, une huile sèche et un savon composent cette collection, qui transporte par ses délicates notes créées pour la marque Fouquet's par Parfums Parour. Une collection réalisée en collaboration avec les célèbres nez Corinne Cachet et Christian Dussoulier qui ont développé de nombreux best sellers. En vente en avant-première dans les Hôtels et Casinos Barrière et dans des points de vente sélectifs à l'étranger.

Parfums - 50 ml : 56 € - 90 ml : 82 € / Bougies - 49 €





# Homme - NUBILÉS

Y a-t-il un virilement correct ? Faut-il être barbu, spécialiste du risotto à la truffe, maîtriser son bilan carbone tout en roulant en vieille Sunbeam, reconnaître la coupe Sandro plutôt que celle d' "un" H&M, pour être un homme présentable en 2014 ?

PAR PAULA DAUBRESSE

Le public et les lecteurs masculins viennent de retrouver le mythique "Lui" en même temps qu'ils découvrent le magazine "Elle Man" ou glissent un œil vers "GQ - Gentlemen's Quarterly". Des parfums des meilleures maisons s'enveloppent sans équivoque dans le nom de "le mâle". A Paris, le musée d'Orsay expose en XXL (\*) une vision de la masculinité affichée dans l'histoire de l'art. Pourtant, rarement l'image des hommes a été aussi... floue. Comme s'il existait des nuances de virilité. On leur suggère de porter la barbe, d'user d'anticernes, d'incarner une image virile étrangement non identifiée par ceux là-mêmes qui

surfent sur la vague des "mimis costauds". Quand le magazine "Lui" annonce s'adresser à un lecteur "hétérosexuel de base", la rédactrice en chef d'"Elle Man", Valérie Toranian, déclare militer pour une "masculinité décomplexée" et se fier - en vérité, elle dit se "foutre" - du "virilement correct", du vocabulaire et des apparences utilisés aujourd'hui pour parler des hommes. Voilà bien des méli-mélos. Qu'il convient de démêler.

L'art et la littérature ont, à des époques successives, offert des modèles, parfois des références. La virilité s'exprimait dans le dégagement d'un courage, d'une

audace ou d'une force physique. Mais aussi dans la réalité de situations, comme en témoignent les romans naturalistes du dernier tiers du XIXe siècle. Ainsi "ce visage épais d'homme durci aux travaux des mines" que raconte Emile Zola dans Germinal.

Au XXe siècle la publicité, l'émergence de la parité hommes-femmes, la modernité, la circulation de l'information brisent des codes sociaux et esthétiques. A Marseille, le Musée des Civilisations d'Europe et de la Méditerranée (MuCem) raconte ce chemin de la masculinité et de la féminité qui laissent deux traces de pas parallèles dans l'histoire d' "ils" et "elles". Le Musée les défie aussi dans une exposition intitulée "Au bazar du genre" (\*\*), où il semble naturellement flotter entre macho invétéré et jeune dandy efféminé. Coco, zouave, mâle, luron, garçon, gentleman, mecton... Le dictionnaire ne manque pas de mots pour le déterminer. L'homme

est plusieurs. Entre le businessman des années 1990 et le métrosexuel des années 2000, le robuste barbu ou l'accro dopé à l'iPad. Il passe les saisons et les modes à réaffirmer sa condition : qui se résume au fait qu'il n'est pas... une femme. Et si c'était juste cela, au-delà de toute considération philosophique, être un homme ?

(\*) Jusqu'au 2 février 2014, [www.musee-orsay.fr](http://www.musee-orsay.fr)

(\*\*) Jusqu'au 6 janvier 2014, [www.mucem.org](http://www.mucem.org)

**À LIRE...**  
 "Mâle occidental contemporain"  
 de Bégaudeau et Oubrière,  
 ED. Delcourt / Mirages, 96 pages, 14,95€



# Le sucre FEND LA GLACE

Hier « dernier service » facultatif, aujourd'hui star des vitrines et des écrias gourmands. La pâtisserie est devenue le nécessaire accessoire de la gastronomie et ses créateurs de véritables icônes. Pas seulement à l'heure du dessert.

PAR PAULA DAUBRESSE

Le dessert a longtemps eu mauvaise réputation. La fin des Trente Glorieuses a vu naître la lipophobie, qui diabolisait l'absorption de graisses et, par extension, de sucre. Sucre et autres glucides, tous mis au pilori des responsables de l'obésité et du diabète.

Dans les bouches des gourmands, la pâtisserie ne relève pas non plus du fonctionnel, ni de la faim. Il

ne s'agit pas de se nourrir, il s'agit avec la pâtisserie de se faire un petit plaisir. Pas forcément bon pour la santé ou le tour de hanches, mais délicieux. Au sein des sphères gastronomiques, la pâtisserie peinait aussi à recevoir ses titres de reconnaissance officiels, ceux qui sacrent la gastronomie salée - ou encore les métiers du vin. Évoquait-on le chef pâtissier lorsqu'on remettait une étoile à un restaurant ?

## Des noms À CROQUER

**Le Mogador.** Ce gâteau chocolat / passion aurait été créé par la maison Dalloyau en 1974, le soir de la première de « La cage aux folles » au théâtre Mogador, et porterait son nom en hommage.

**Paris-Brest.** Cette couronne de choux, garnie d'un chiboust praliné s'inspire... de la roue d'un vélo. Au début du siècle existait en effet une course de vélo qui reliait Paris à Brest, et cet entremets en est un gourmand souvenir.

**Opéra.** Créé en 1955 par Cyriaque Gavillon, qui nomma sa création en hommage à sa femme, fascinée de voir les « petits rats » de l'Opéra fréquenter sa boutique.

L A R O C H E

l'art des sens

VOIR,

LAROCHE, VIGNERON À CHABLIS, DANS LE SUD DE LA FRANCE, AU CHILI & EN AFRIQUE DU SUD

L A R O C H E

l'art des sens

SENTIR,

LAROCHE, VIGNERON À CHABLIS, DANS LE SUD DE LA FRANCE, AU CHILI & EN AFRIQUE DU SUD

L A R O C H E

l'art des sens

RÉVÉLER.

LAROCHE, VIGNERON À CHABLIS, DANS LE SUD DE LA FRANCE, AU CHILI & EN AFRIQUE DU SUD

tendances

Comme s'il s'agissait d'une gourmandise en option, superflue. C'était sans compter avec la créativité hors du commun d'une génération aventurière de pâtisiers, des affranchis qui ont fait de leur art l'élément central du plaisir culinaire. On les nomme Hermé, Michalak. Ils sont devenus des célébrités. Les macarons de l'un se dégustent dans le monde entier, quand la notoriété et l'image de l'autre le mènent sur les plateaux télé et le papier glacé de publicités branchées. Au Plaza Athénée, à Paris, on ne venait plus seulement goûter du Alain Ducasse, on attendait le moment d'être surpris par les folies sucrées, ludiques et joyeuses de Christophe Michalak. Ce succès a fait des émules. Les grands chefs s'amuse aujourd'hui à jouer aux apprentis-pâtisseries et à exprimer leur talent côté sucré et côté boutique.



La gastronomie devenant un art total, il semblerait que ces derniers ne sous-traitent plus le dernier service, tout comme le pain servi. Et l'intégration du sucré ne s'arrête pas aux cartes des restaurants étoilés. Des temples sucrés pullulent. On connaissait la Pâtisserie des Rêves et Philippe Conticini, les autres Fauchon et Dalloyau. Aujourd'hui, de vraies griffes émergent - plus que des marques -, comme Sébastien Gaudard à Paris ou Yannick Delpech à Toulouse, qui posent un vrai regard sur cette nouvelle gastronomie. L'épidémie frappe aussi des étoilés parisiens. Ainsi Jean-François Piège, 2 étoiles Michelin, ouvre face à son hôtel Thoumieux, dans le VII<sup>e</sup> arrondissement, une pâtisserie Thoumieux, quand Cyril Lignac, 1 étoile et déjà 2 "maisons de gâteaux", installe ses éclairs au beurre de caramel salé face au Palais Galliera, comme un clin d'œil au musée de la mode. Plus personne n'attend la fin du repas pour succomber aux délices sucrés. C'est désormais permis, et pas seulement le mercredi.

## Une tasse UN GÂTEAU

Le "mug cake" traduisez "gâteau tasse" est une nouvelle façon d'assouvir sa gourmandise, en solo! Le concept est simple, il s'agit de cuire un gâteau individuel (au chocolat, à la poire, au citron...) en 5 minutes et au micro-ondes...

À lire : Mugcakes, des supers gâteaux, Joséphine et Valérie Piot, éditions Solar, 5,95 €

➔ DU 2 AU 23 JUILLET 2014

# VIVEZ UNE SOIRÉE SOUS LES ÉTOILES DU FESTIVAL D'AIX-EN-PROVENCE

FESTIVAL  
**'AIX**  
EN PROVENCE

VOUS SOUHAITEZ ASSISTER AU FESTIVAL D'AIX-EN-PROVENCE DANS DES CONDITIONS PRIVILÉGIÉES ET EN FAIRE BÉNÉFICIER VOS AMIS, CLIENTS OU COLLABORATEURS ?

RÉSERVEZ  
VOTRE SOIRÉE  
EN AVANT  
PREMIÈRE !

### SOIRÉE PRESTIGE

de 370 € HT à 690 € HT

DÎNER DE PREMIÈRE, DÎNER PRESTIGE OU ENTRACTE PRESTIGE :

Profitez d'un dîner assis dans un espace d'exception et d'un accès aux meilleures places.

### SOIRÉE PREMIUM

de 170 € TTC à 330 € TTC

Bénéficiez de l'avantage de réservation avant l'ouverture officielle de la billetterie et d'un accès aux meilleures places.

**LE FESTIVAL D'AIX, L'UN DES PLUS GRANDS FESTIVALS D'OPÉRA EN EUROPE : UNE HISTOIRE, UNE RÉGION, UNE EFFERVESCENCE, UN OPÉRA À CIEL OUVERT !**

« Nous avons passé une excellente soirée. La qualité du repas et du concert (plébiscité par nos invités) nous a permis de créer l'ambiance que nous recherchons pour nos échanges avec les leaders d'opinion. »

Direction des Relations Extérieures - SNCF

« Ouvrir ce Festival par un repas dans un cadre d'exception, pouvoir assister à ce triomphe lors de la première d'*Elektra*, bénéficier de tous ces avantages liés à la Formule Prestige, a éclairé mon été de toute cette lumière. »

Danièle Baeriswyl - Formule Prestige



Wolfgang Amadeus Mozart  
**LA FLÛTE ENCHANTÉE**

Simon McBurney

Georg Friedrich Haendel  
**ARIODANTE**

Richard Jones

Gioachino Rossini  
**LE TURC EN ITALIE**

Christopher Alden

Jean-Sébastien Bach  
**LES CANTATES DE BACH**

Katie Mitchell

Franz Schubert  
**WINTERREISE**

William Kentridge

POUR PLUS DE RENSEIGNEMENTS, CONTACTEZ-NOUS : Marie Birling - +33 1 44 88 57 63 / marie.birling@festival-aix.com

  
CHAMPAGNE  
DE  
**CASTELNAU**  
REIMS - FRANCE



WWW.CHAMPAGNE-DE-CASTELNAU.EU

tendances

# Des tuk tuk à Paris UN TRUC DE THAÏ

De plus en plus de ces banquettes montées sur petites roues se faufilent dans les embarras de Paris. Pour de surprenantes balades franco-exotiques

PAR PAULA DAUBRESSE

**L** Et si marcher était devenu dépassé ? Et si pour saisir l'atmosphère de la ville, il ne fallait plus seulement en caresser le bitume ? De nouveaux moyens de locomotion émergent depuis quelques années dans les grandes villes européennes et donc aussi à Paris. Ils exotisent

les déplacements des touristes mais aussi de parisiens curieux d'éprouver d'autres sensations sur le pavé. Le développement des tuk tuk made in France marque cet intérêt. Ce n'est pas encore une révolution du transport, mais les petites roues tournent bien. Ces tricycles faiblement motorisés, couverts d'un toit ou d'une toile n'ont pas capitalisé sur le confort, mais proposent en sécurité l'expérience d'un voyage dans le voyage.

Un double dépaysement. Comme le poivre et la fraise en cuisine. Comme la saveur d'un instant d'ailleurs mais ici. En tout cas, quelque chose d'inattendu. Authentiques moyens de se déplacer au loin, en Thaïlande par exemple, ces triporteurs carrossés n'en demeurent

pas moins ici synonymes d'aventure citadine pour un trajet bien secoué dans ce véhicule sans amortisseur. Découvrir une ville, c'est donc toujours éprouver ses irrégularités, sa chaussée, être au contact direct de

la route, étreindre ses savates sur le bitume. On peut aussi se déplacer authentique, ou rigolo comme ces visites de Paris en 2 chevaux Citroën vintage - la "deu-deuche", réglementaire. Ou encore bouger écolo, en utilisant des vélotaxis en province, à Lyon, Toulouse, Bordeaux comme à Paris. Ces alternatives au taxi proposent, à coup de pédales et selon la force du conducteur, des tours dans la ville et ses monuments voire des « dépose-minute ». Mais le plus dépayasant n'est-il pas de circuler dans la bousculade des bus, de rouler "américain" à New-York, Fifth Avenue, en hélant un des mythiques taxis jaunes, de se glisser dans un cab à Londres pour un tour à

Knightsbridge. A chacun son truc. Mais, à Bangkok, évidemment osez le tuk tuk, ne serait-ce que pour vous en souvenir à Paris.



# LA SÉDUCTION

## "vous habitez près d'ici ?"

Les sites de rencontre traditionnels sur Internet font partie des "lieux sociaux" où nouer des amitiés, et plus si affinités. Avec désormais un nouveau critère de choix : la géo-localisation. Efficace ? Peut-être.

PAR ADRIENNE ELVIRA

Lucile arrive à la station de métro Opéra, à Paris. Mais l'histoire pourrait être la même si elle marchait sur la Croisette à Cannes ou sur la promenade de la plage à La Baule. Grâce à une nouvelle application mobile, Tinder, elle a déjà le repérage des célibataires connectés qui se trouvent aux alentours : son téléphone lui indique leurs positions. Il ne lui reste plus qu'à les contacter si elle le désire. Les sites Internet de mise en relations - Meetic, Adopteunmec.com, Attractive World - proposent de se rencontrer par affinité, c'est-à-dire par une grille de points communs qui coïncident, ou pas. Et le savoir rapidement. Car l'accélération du temps ne semble pas non plus épargner l'alchimie des amitiés naissantes ou à prolonger. Il apparaît nécessaire de hâter le moment où l'on rencontre l'autre. L'heure est donc au rapprochement géographique. La clé d'un contact possible résiderait donc finalement et aussi dans la réduction du périmètre de possibilités ? C'est le parti-pris de nouveaux outils - dits "love-digitaux" - comme Tinder : une application qui, depuis un téléphone portable permet de se géo-localiser et de sélectionner des profils



voisins, dans tous les sens du terme : proches et/ou compatibles. Tinder élargit donc l'horizon des célibataires solitaires en localisant leur champ de vision... Il fallait y penser. De la proximité à une histoire à inventer, il n'y aurait donc qu'à faire deux pas, vers ici ou vers là. Cela dit, les réseaux et les cercles restent une vraie valeur pour ceux qui souhaitent affirmer une identité : les fans de Star Trek se rencontrent alors sur Trekkie Dating, et même... les clowns de métier (si, si !) qui ont fait le tour des autres clowns de leur cirque peuvent causer sur clowndating.com. Comme les intolérants au gluten peuvent échanger leurs trucs et adresses sur glutenfreesingles.com. Ces outils de communication sont rassurants - parce que la relation peut être interrompue en un clic - mais ils cantonnent, ceux qui en choisissent l'usage, au seul cocon de leur monde connu. Sans ouverture sur les alentours. Et si Internet allait réinventer de belles histoires au coin de la rue...



161 RUE SAINT HONORÉ - 75001 PARIS - 01 44 64 92 24 - [www.redline-boutique.com](http://www.redline-boutique.com)

Un diamant sur un fil ? Une élégante sobriété pour une marque française déposée qui a déjà séduit le monde entier. Il est possible de changer la couleur des fils. **REDLINE**, Suivez le fil ...

A diamond on a thread ? An elegant style for a French brand trademarked which has already attracted the world. It is possible to change the colors of the thread. **REDLINE**, Follow the thread ...



CERCLE DE SOINS POUR HOMME



LE HAUT LIEU  
DE LA COIFFURE MASCULINE  
& DU RASAGE A L'ANCIENNE

En salon à l'ambiance feutrée ou en cabines privées spacieuses, les coiffeurs experts DELACRE mettent leur savoir-faire à votre disposition pour des prestations d'une extrême qualité :

- Diagnostic esthétique et capillaire, coupe et protocole de soins personnalisés.
- Rasage à l'ancienne dans la tradition des maîtres barbiers
- Manucurie et soins des ongles

СРЕДОТОЧИЕ МАСТЕРСТВА  
МУЖСКОЙ СТРИЖКИ  
И ТРАДИЦИОННОЙ ТЕХНИКИ  
БРИТЬЯ

В уютном салоне или в просторных частных кабинетах опытные мастера-парикмахеры DELACRE - всегда к Вашим услугам, чтобы обеспечить уход наивысшего качества:

- Эстетическая и капиллярная диагностика, стрижка и персональная программа ухода.
- Традиционное влажное бритье по старинной технике цирюльного мастерства.
- Маникюр и уход за ногтями.

المركز الأعلى للعناية بشعر الرجال  
والحلاقة على النمط القديم

في صالون نتم فيه الأجواء الداعية للاسترخاء أو داخل حجرات خاصة واسعة، يضع مصنفو الشعر الخبراء من 'دولاكز' DELACRE مهارتهم تحت تصرفكم لتقديم أداء فائق الجودة:

- تشخيص تجميلي وخاص بالشعر (الشعر وجلدة الرأس)، قص الشعر وبروتوكول عناية شخصية.
- الحلاقة على النمط القديم التقليدي لمعلمي الحلاقة.
- المانوكور والعناية بالأظفار.

CERCLE DELACRE

17 avenue George V - 75008 PARIS - Tél. 01 40 70 99 70 - www.cercladelacre.com

Ouverture : Lundi de 11h00 à 19h00 et du mardi au samedi de 10h00 à 19h00

shopping



Burberry, 375 €



2  
Stella  
Mc Cartney,  
1755 €



Alexander Mc Queen,  
1195 €



4  
Chanel,  
28 €



5  
Alexander Fuchs,  
1470 €

tartan



6  
3.1 Phillip Lim, 1080 €



7  
Saint Laurent,  
695 €



8  
Clements Ribeiro, 770 €

shopping



1 Fendi, 525 €



2 Ray Ban, 180 €



3 Chanel, 550 €



4 Carine Gilson, 705 €



5 Saint Laurent, 650 €



6 Hermès, 550 €

# MAFIA blues

Vanessa Bruno, 295 €



7

8 Alaïa, 2325 €



9

Stella Mc Cartney, 1780 €



ESTHER VINA 1950

BIJOU COUTURE

EN EXCLUSIVITÉ  
62 RUE DES SAINTS-PÈRES  
75007 PARIS

SHOP ONLINE : WWW.ESTHERVINA.COM

COLLIER « CLÉO » / REF. : CLE-ESCOSP01 / PRIX PUBLIC : 830€ - BOUCLES « PERSANE » TURQUOISE PIRITE / REF. : PER-COCOTP01 / PRIX PUBLIC : 500€



gasbijoux.com

shopping



1 Fendi, 680 €

Rochas, 1245 €

2



3

Valentino, 550 €

Saint Laurent, 250 €



4

# PINK lady

5 Nina Ricci, 620 €



Dolce & Gabbana, 895 €

7



6

Missoni, 135 €







et “ménagères de moins de 50 ans” ? Ce monde où l'unité de temps commence par le “prime time” ? Ce monde où l'audience est, de fait, un tribunal ? Cette planète télévision dont - à tort - la circonférence s'évalue trop souvent - et rapidement -, en France, au seul nombre d'euros (125) que coûte la redevance ou contribution à l'audiovisuel public (quand elle s'élève par foyer à 184 euros au Royaume-Uni et à 216 euros en Allemagne).

Il est étrange d'observer comment l'extravagance de la nouvelle technologie hertzienne a semé la zizanie lors de l'émergence de la télévision voilà plus d'un demi-siècle. Et comment un même éclat d'extravagance - numérique, celle-là, qu'on l'appelle net télé, “web tivi” ou bien encore télévision sur Internet - suscite aujourd'hui, soixante ans plus tard, les mêmes querelles pseudo-techniques pour les décennies de demain. Les uns affirment qu'on ne fait que changer d'outil. Pour les autres, ce qui est en cause c'est tout le système de production.

La question est de savoir si la manière de regarder la télévision est un choix du téléspectateur qui, dit-on, préférerait désormais s'isoler devant un écran personnel. Ou bien si ce changement d'attitude est discrètement instillé par les fabricants de réseaux associés à ceux qui “remplissent les tuyaux” : les propriétaires de chaînes. Ce compagnonnage repose sur des objectifs financiers, des rapports d'activité à présenter à leurs actionnaires - qu'ils soient privés ou publics. La télévision est une industrie de masse. De mass-média, mais aussi de masse tout court. Voilà comment la quête du rendement et du retour sur investissement ouvre, le cas échéant, des horizons de fictions originales et de caractère, améliore la retransmission des grands événements sportifs et musicaux, contribue à des projets audacieux.

# Télévision(s)

## BRANLE-BAS DANS LE PUZZLE

A voir et à changer ? En une petite décennie, la télévision telle qu'on la regarde depuis plus d'un demi-siècle a connu une révolution technologique et économique. Rien n'est plus comme avant. Tant mieux ou tant pis ?

PAR PIERRE-JEAN BASSETERRE

Au doigt et à l'œil. La télévision ne se regarde plus : elle se télécharge, elle se téléphone, elle se capte du bout d'un pouce, elle est telle que la révolution technologique de la première décennie des années 2000 l'a installée : partout. Elle déboule sur des écrans plus petits que la main. Visible dans la voiture, le train, le métro, la pochette, le sac à main, le tiroir, en fenêtre sur l'écran des ordinateurs, le téléphone portable, et même dans le cadran des montres. Quel est ce monde où l'on mêle “chaînes”, “bouquets”

La “télévision comme avant”, avant Internet, a l'air d'un grain de sable sur une dune quand on sait qu'un milliard de sites web sont à ce jour actifs dans le monde. Il paraît même que ce chiffre augmente chaque mois de 5%... Pour garder sa place dans cette partie géante, il faut d'abord en avoir une, une place, comme dirait M. de la Palice. Et pour que cette place demeure, il n'est plus envisageable de faire “comme avant”. Il faut mettre en œuvre des stratégies, accepter la régulation ainsi que des cahiers de charges de production, mais ne pas ignorer les zones grises qui existent toujours dans toute révolution industrielle. Sans oublier, madame, mademoiselle, monsieur le téléspectateur, qu'il est toujours possible de l'éteindre, la télévision. Et d'en parler. Ou pas.

# MARC-OLIVIER FOGIEL *un "parent de la télé"*

« Je suis très téléspectateur ». Cela tombe bien. L'inventeur d' "On ne peut pas plaire à tout le monde", "T'empêches tout le monde dormir" et "Face à l'actu" dit ce qu'il pense d'une institution française : la télévision. Et de ses révolutions dans les années 2000.

PROPOS RECUEILLIS PAR BRUNO SEZNEC

Il en reste l'enfant. Mais après 20 ans de présence, avec quelques éclipses volontaires, il en est devenu l'un des parents talentueux. Dans la famille "Télévision", Marc-Olivier Fogiel a déjà tenu (presque) tous les rôles. Jeune quadra du Paf, "Marco" a une proximité affective avec cette machine industrielle qui met des images dans des tuyaux. Est-il un déçu de la télévision ? Non, résolument non. Mais...

**Signé Barrière. Combien d'écrans de télévision avez-vous chez vous ?**

**Marc-Olivier Fogiel.** Euh... (Il compte sur ses doigts) Un, deux. Et trois.

**Regardez-vous la télévision sur votre portable, votre ordinateur ?**

Non. J'utilise ces écrans complémentaires surtout

pour l'information. C'est pour moi un outil de consultation. En fait, pour regarder un programme, je suis très téléspectateur. Pas plan-plan mais j'aime bien "bien voir".

**Imaginez-vous voilà 20 ans qu'on solliciterait votre avis pour savoir comment va la "télé" en 2014 ?**

Non mais, quand j'ai démarré, j'avoue que l'espérais !

**Qu'est-ce que la télévision, aujourd'hui vue par Marc-Olivier Fogiel ?**

C'est d'abord un espace créatif. Je sais qu'il est de bon ton de parler de champ de ruines, de guerre de tranchées, d'absence de projets et - bien entendu - de sous-culture. Je ne fais ni ne vis d'angélisme. Le climat économique ne ménage pas cette industrie dans tous ses secteurs publics et privés et...

# Quand les marques sont bonnes,

## ELLES VIVENT SOUVENT PLUSIEURS VIES.

**Elle n'est pas la seule.** J'allais le dire. C'est aussi ce qui la rend perméable à son environnement et beaucoup plus en phase avec la vraie vie que certains le croient. Parce que, si tout s'est un peu tendu, la télévision demeure un espace dans lequel beaucoup peut être exprimé, fait, et bien fait.

**Vous voilà défenseur de la télévision dont vous êtes absent.**

J'ai fait un constat. Soit je continue dans les conditions confortables mais routinières, soit je me nourris d'autres expériences. J'avais envisagé un virage à 180° après avoir vécu le choc du tsunami (NDLR : Il séjournait en Thaïlande en décembre 2004). Ma priorité est alors devenue plus personnelle, davantage tournée vers ma vie privée. Aujourd'hui, mon monde est en place, serein. Bon : disons que ce virage aura finalement été à 90°.



**Qu'est-ce qui a changé en 8 ans ?**

Evidemment la multiplication des chaînes - dont les 18 numériques gratuites - qui ont des profils économiques et financiers différents. Ces profils ont bien sûr un effet sur le contenu, les formats et la façon de fabriquer la télévision. Seulement à ne considérer que la technologie qui s'est considérablement simplifiée et allégée, on oublie que, en imposant une autre approche de l'outil, elle masque la partie essentielle de l'iceberg. Nous sommes dans une période charnière.

**Comparable à celle qu'ont connue la production et l'édition musicales ?**

Sans aucun doute. Il y a six ans, le téléchargement a bouleversé l'écoute et l'accès à la musique. On a pensé qu'il n'y aurait plus d'artistes. Mais, en regardant sous un autre angle, des talents sincères, originaux, nouveaux sont apparus dans ce chambardement alors que le fonctionnement "comme avant" des grandes majors ne leur aurait pas laissé beaucoup de place, sinon aucune. Aujourd'hui, les acteurs de la télévision sont eux aussi à la recherche de nouveaux processus et protocoles de fabrication. Mais dans cette évolution qui est une révolution, on n'en est encore qu'à la moitié du parcours. Je ne suis ni pessimiste ni nostalgique. Regardez Canal+ : elle permet d'observer. D'attendre l'inattendu. A la télévision, il y a ceux qui paient pour voir (les moins nombreux) et ceux qui paient pour réussir. Sacrée nuance !

**Le "talk" à la télévision, ce n'est qu'une recette ?**

Il y a eu overdose. Il y en avait partout, tout le temps. On a tiré sur la corde.

**Vous aussi ?**

Oui, probablement. Avec une différence : c'était ma "marque", si j'ose dire. Je n'ai pas raccroché de wagons. Et les audiences suivaient. C'est vrai : les deux dernières années sur M6 je n'ai peut être pas renouvelé les projets, mais je me suis attaché à découvrir, à aider l'émergence de talents : je pense par exemple à Fabrice Eboué. Alors, je travaillais encore sur l'instant, à l'envie. On pouvait se planter sur une émission et retrouver le bon vent la semaine suivante. Ensuite, j'ai appris à utiliser des outils de marketing. Ce qui ne m'a pas amené à être vraiment créatif, d'ailleurs.

**Vous dites : c'était ma "marque". Avec regret ?** Quand les marques sont bonnes, elles vivent souvent plusieurs vies.

**Une vie à la télé, c'est quoi ?**

Encore une fois, je ne vis pas d'angélisme. Mais ma réponse est claire : une vie à la télé, c'est un lien avec les gens. Ce que d'ailleurs n'entretennent plus forcément ceux qu'on voit sur l'écran de télévision aujourd'hui. Je crois vraiment qu'il existe une relation de complicité ou de curiosité. Moi-même j'ai longtemps été celui qu'on aimait détester. Cela dit, il faut en revenir à la multiplication des réseaux et des tuyaux : elle crée aussi un nouveau type de lien avec le téléspectateur. Sans oublier le contact maintenu à travers les followers. Je ne suis pas persuadé que ces vrais-faux échanges soient le plus efficace moyen de tisser un lien qui n'a de "direct" que l'immédiateté et une forme d'apparence pour le coup très virtuelle. Et encore : à la condition d'être franc. Parce que - sans jeu de mots - maintenir un écran entre le téléspectateur et soi, vouloir donc être inaccessible tout en étant accessible, tout cela me semble bien compliqué. Mon ami Laurent Ruquier m'a raconté qu'au début, il était très branché sur les réseaux sociaux. Il s'est vite aperçu qu'avec Tweeter, le lien peut fonctionner lourdement dans les deux sens. Tandis que la télévision, c'est un émetteur à un bout de la chaîne et un récepteur à l'autre bout. Dans un seul sens. Désormais Laurent donne des avis, il livre de petits commentaires mais il n'échange plus : ce n'est pas la même approche.

**Faut-il, dans cet environnement technologique, élargir le rôle de régulateur du Conseil supérieur de l'audiovisuel ?**

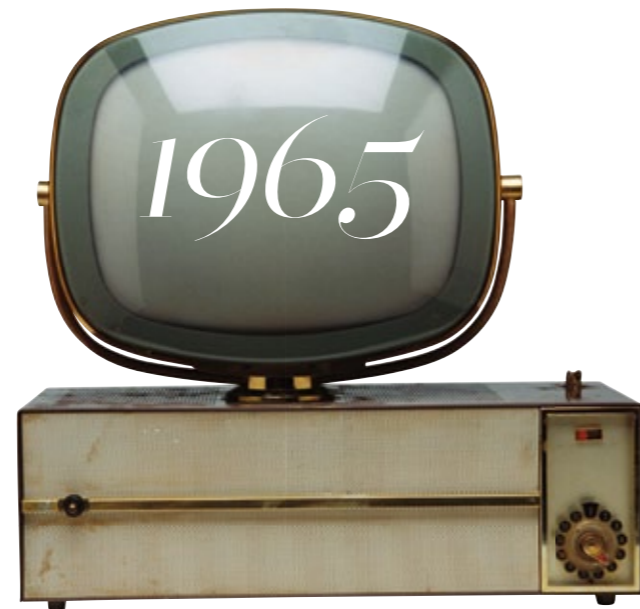
Bien sûr. Il doit donc voir ses compétences élargies au champ d'activités sur Internet. On ne demande pas à un régulateur de diriger une chaîne de télévision, mais de veiller au juste ordonnancement d'un univers. Sinon, ça n'a pas de sens. Il ne s'agit pas d'être un téléphage ou un briscard du métier. Il suffit d'avoir les idées bien claires.

**Referez-vous de la télévision ? Sur des chaînes numériques ? Sur Internet ?**

Je suis trop éloigné de ce dernier mode de production. Je ne veux pas non plus être un fonctionnaire de la télévision. Alors, j'y retournerai quand l'envie sera revenue et que des projets prendront de la forme et du fond. Je réfléchis. Mais je m'aperçois que la

page blanche ne reste plus blanche... Je sais aussi que je ne remonterai pas une usine à gaz avec une centaine de salariés, des centaines d'heures de programmes à produire dont certains que je découvrais à l'antenne. Ce que je me suis reproché. L'industrie de la télévision, ce n'est plus pour moi. Dans l'hypothèse où j'en referai, ce serait sous une forme plus "artisanale", plus "à taille humaine". Comme au début.





Boomerang ! Aujourd'hui la télé se regarde pour ce qu'on y voit - un peu - mais aussi pour ce qu'elle est depuis 60 ans : un objet auquel la vie des enchères s'intéresse de plus en plus.

Beau comme de l'antique, dit-on. Votre téléviseur écran plat de super haute technologie designed by Philip Stark ou les farfadets créatifs des studios suédois a peut-être désormais moins de valeur que le bon vieux "poste" de vos parents ou grands parents. Car la télévision qui se fait et se regarde tous les jours est devenue une... antiquité. C'est la loi plus ou moins implicite des commissaires-priseurs : + de 50 ans ? Antiquité ; - de 50 ans ? Brocante. Voilà comment les étranges lucarnes entrent désormais dans la catégorie des trésors qui racontent les histoires d'une invention révolutionnaire depuis bientôt trois générations. La "télé" était alors un meuble, le roi triomphal de l'électro-ménager. Certains l'ont rêvé comme un outil, une fenêtre, un miroir d'époques au fil desquelles consommer était une règle légère et complètement assumée. D'autres l'ont dénoncée comme un boulet, une "chaîne", un maillon ou une case disponible pour y glisser des formats d'images subliminales. Une boîte à vilaines malices. Il n'empêche : ce patrimoine - car il s'agit de patrimoine - a ses signatures. En plastique ou métalliques, fluo ou pas : Radiola, Edison, Telefunken, Panasonic, Phillips, Brandt, Grundig, Thomson, JVC... Plus tard, il y a eu Sony, Samsung, Bose. Désormais la valeur estimable de la "télé" réside moins dans le nom de la marque et du fournisseur que dans le ou les procédés offerts : TV LCD, TV Plasma, TV Led, TV 3D TV Full HD, UHDTV. Il n'est pas certain que cela rende le plateau-télé plus glamour. Pour en savoir plus ? Voyez les antiquaires.

À VOUS COGNAC Q - JAY !



# IMPORTÉE D'AMÉRIQUE

# Netflix

## LA DIAGONALE DU FLUX

Metteur en lignes mais aussi producteur, le groupe US continue de révolutionner l'accès aux vidéos à domicile avec des tarifs (presque) sans concurrence.

PAR ALEXANDRINE HEROUARD

**G**éant américain de la mise en ligne et de la distribution de vidéos, Netflix agrandit sa toile vers la France, où la société sera dans les prochains mois en mesure de proposer les services de son réseau. Leader de location de films, séries ou émissions à distance, leader du streaming légal sur Internet en même temps qu'elle finance ses propres productions, Netflix est indissociable du paysage audiovisuel des Etats-Unis où elle génère en moyenne 30% du flux des connexions Internet.

Créé en 1997 par le magnat Reed Hastings, le trust compte aujourd'hui plus de 40 millions d'abonnés à travers 52 pays. Un abonnement modique (moins de 10 dollars par mois) ouvre à chaque client un droit d'accès à tous les films, séries ou émissions créés à travers le monde, quelques jours seulement après leur sortie officielle. C'est là que réside la grande force de ce réseau : un impressionnant catalogue des nouveautés de l'image de fiction ou d' "entertainment". Comment ? Grâce à une toile de contacts tissés avec les maisons de production – de plus en plus souvent en amont du financement des projets - et une charte de négociation pour l'achat des films sans intermédiaires. Ces "contenus" sont ensuite distillés en ligne ou envoyés aux abonnés par un savant système souterrain appelé « le business

des enveloppes rouges ». L'abonné passe commande des programmes souhaités. 24 heures plus tard, ils sont à sa porte, glissés dans une enveloppe carmin (ci-dessous). Ni adresse de retour, ni date limite de renvoi. Une fois visionné(s), il suffit de remettre le(s) DVD dans l'enveloppe rouge, puis de déposer ce pli dans n'importe quelle boîte aux lettres de l'US Postal, avec l'assurance d'une réexpédition gratuite à Netflix. La Poste américaine est un partenaire rémunéré de ce geste commercial qui génère un chiffre d'affaires annuel de plus de 4 milliards de dollars.

Au-delà de la simple distribution-location de DVD, Netflix s'investit donc dans la production d'œuvres de fiction. Des "tuyaux" jusqu'aux plateaux de tournage. Un prix, le Netflix Award, encourage financièrement le projet de jeunes réalisateurs. Dont les images sont visibles désormais en avant-première sur la plateforme Internet de Netflix.

L'une des plus spectaculaires réussites de cette architecture inédite de création est un succès mondial : l'excellente et troublante série « House of Cards » avec l'audacieux et brillant Kevin Spacey qui a joué le jeu. Diffusée en France sur Canal+ mais accessible sur le net, elle est depuis l'automne plébiscitée par les téléspectateurs et internautes. Netflix ? Une autre manière d'avoir un œil sur l'écran. Notamment de télévision. Mais plus seulement...



A NETFLIX ORIGINAL SERIES

# HOUSE

# of CARDS



ALL EPISODES

ONLY ON  
NETFLIX

# KUSMI TEA

PARIS

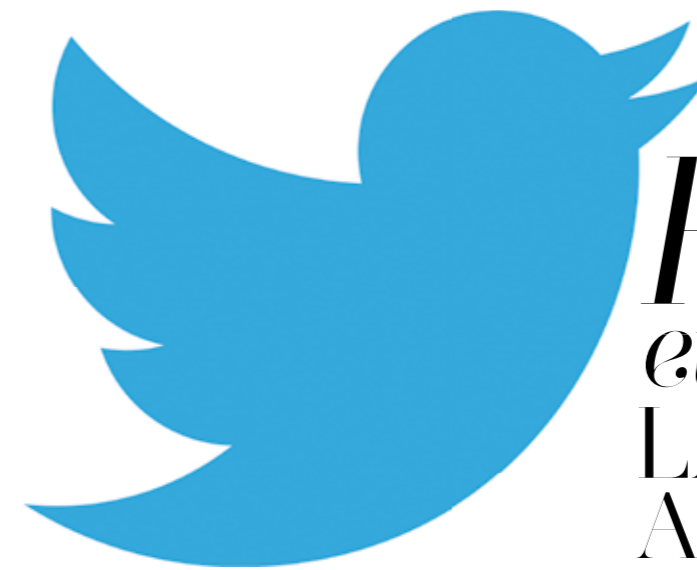
Born in St Petersburg  
Raised in Paris



Paris 71, Champs-Élysées • London 15 Marylebone High Street • Milan Via Fiori Chiari, 24  
New York Plaza Food Hall 1W 59<sup>th</sup> St. • Montreal 3875 Saint-Denis

[www.kusmitea.com](http://www.kusmitea.com)

Le grand big-bang des écrans



## Hashtag et pouce en l'air LA CHAÎNE DES AUTRES ÉCRANS

A l'heure du tweet et du zapping, l'échange instantané de commentaires modifie la façon de regarder les programmes télévisés. Cette révolution de la consommation audiovisuelle s'appelle la "social Tv".

PAR PAULA DAUBRESSE

Le commentaire des programmes télévisés est en France un sport national. Entre amis, au travail, en famille... Ce qui est nouveau, c'est l'instantanéité du commentaire. Grâce aux réseaux sociaux, il est aujourd'hui chose facile de débattre en temps réel d'un sujet, d'un match, via Tweeter ou Facebook, grâce à un système de référencement, regroupé sous un mot, que l'on appelle "hashtag" : ce symbole dièse - # - qui clôt les tweets.

Regarder un programme n'est plus seulement solliciter sa vue devant un écran. C'est aussi, aujourd'hui, solliciter ses deux pouces et... tweeter, devant un deuxième écran : 76% des téléspectateurs français utilisent un deuxième écran, celui de leur téléphone mobile, tablette ou ordinateur portable. Une façon de vivre la télévision qui les conduit aussi à suivre en parallèle les polémiques, les discussions, à interagir avec des millions de téléspectateurs sur Internet, regroupés sous un même hashtag. En mars 2013, 40%

des tweets concernent en effet les émissions télévisées, ce qui représente 8 millions de tweets.

Pendant que le téléspectateur tweete, il ne zappe pas. Et lorsque la publicité arrive sur les écrans de télévision, il est plutôt pratique de le garder captif et de promettre à un annonceur une visibilité certaine de ses messages. Voilà comment la publicité arrive sur le plus petit des petits écrans. En octobre 2013, le réseau social Facebook annonçait qu'il partagerait ainsi ses données avec les groupes de télévision TF1 et Canal+. Les chaînes auront désormais à disposition des outils pour analyser les commentaires publics de 26 millions d'utilisateurs, identifier ainsi leur âge, leur sexe et même la position des "commentateurs". Un zoom puissant pour faire des cibles publicitaires d'une précision... frémissante. Ou pour offrir aux téléspectateurs un contenu plus à même de le satisfaire. Et lui éviter de... zapper. La boucle est bouclée.



Marc Jacobs,  
1 290 €

VUES À LA TÉLÉ ! Elles sont trois jeunes femmes qui frôlaient l'écran dans les années disco. On en parle encore comme de "drôles de dames". Pourquoi "dames" ? Ces demoiselles parfois déléguées pour la bonne cause ont un code d'honneur pour être et demeurer des anges. Gardiennes d'un look.



Eric Bompard,  
195 €



Kenneth Jay Lane,  
212 €



Miu Miu,  
585 €



Iro,  
410 €



Burberry,  
425 €



Chloé,  
950 €



Mulberry,  
2 000 €

# Charlie's ANGELS



Repetto,  
225 €



Ashley Pittman,  
547 €



Chloé,  
575 €



Hackett,  
50 €



De Fursac,  
665 €



Dupont,  
350 €



The Kooples,  
455 €

# Mad MEN

MAD IN USA. Avec les lettres du mot "américain", on écrit acier et mairn. Acier, on sait. Qu'est-ce qu'un mairn ? Le souvenir d'une Irlande laissée pour d'autres horizons américains, le déjanté tempo irish, ses grains (de pluie, de folie ou de malt pour le whisky trois fois distillé). Mad men c'est un savoir-vivre. Autrement.



Cartier,  
prix sur demande



Montblanc,  
540 €



Lancel,  
275 €



Saint Laurent,  
650 €



Dior,  
720 €





Kenneth Jay Lane, 245 €



Christian Louboutin, 795 €



Chloé, 420 €



Olympia Le Tan, 1 295 €



Lanvin, 1 190 €



Gucci, 950 €



Saint Laurent, 745 €



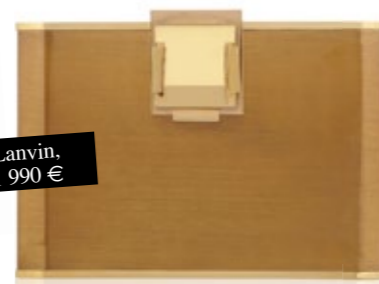
Moschino, 535 €

# SEX & the city

PRETEXT FOR THE SHOPPING. Chic. Upper Side ou Downtown, les avenues de New York sont des défilés de mode dont les taxis jaunes sont les cabines d'essayage. Savez-vous combien de New-Yorkaises changent de chaussures dans un taxi ? 120%. Quand on vous dit que New York exagère !



Hervé Leger, 1 044 €



Lanvin, 1 990 €



Sergio Rossi, 790 €



Salvatore Ferragamo, 425 €



Emilio Pucci, 890 €



Givenchy, 1 490 €

# MONTE-CARLO ROLEX MASTERS



www.mcpl.mc - Illustration : Andrew Davidson www.theartworkslive.com

SOUS LE HAUT PATRONAGE DE S.A.S. LE PRINCE SOUVERAIN DE MONACO  
UNDER THE HIGH PATRONAGE OF H.S.H. SOVEREIGN PRINCE OF MONACO



du 12 au 20  
avril 2014

LES PLUS GRANDS  
JOUEURS DU MONDE  
DANS UN CADRE  
D'EXCEPTION

**RÉSERVEZ ET  
IMPRIMEZ VOTRE  
BILLET EN LIGNE\***



from April 12<sup>th</sup>  
to 20<sup>th</sup>, 2014

THE FINEST MALE TENNIS  
PLAYERS IN ONE OF THE  
WORLD'S MOST EXCITING  
VENUES

**BOOK AND  
PRINT YOUR  
TICKET ON LINE\***



Photos Réalis/Monaco

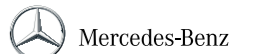


Click the QR  
code for a  
direct link to our  
website



\* Réservations / Booking:  
[www.montecarlorolexmasters.mc](http://www.montecarlorolexmasters.mc)

Information:  
Tél. (+377) 97 98 7000



# François Berléand

## "J'AIME... OU PAS"

Au théâtre comme au cinéma, mais aussi à la télévision, il engrange les rôles au rythme des saisons. François Berléand est un acteur qui aime les acteurs. Ce qui n'est pas si fréquent...

PROPOS RECUEILLIS PAR BRUNO SEZNEC

Le théâtre Edouard VII à Paris. A une volée de bravos de l'Olympia, il est le temple de l'autre comédie française. Celle du répertoire de l'actualité. Et des renaissances. Comme cette "Nina", une pièce - un classique - d'André Roussin écrite dans les années 1950 et que mettent sur scène, dans la vie parisienne d'aujourd'hui, Mathilde Seignier, François Vincentelli, et François Berléand, en craquant cocu culotté. Berléand savoure ce succès avec le petit rien de distance amusée d'un briscard à la peau tendre connu pour ses rôles dans "Le Convoyeur" ou "Les Choristes". Conversation dans sa loge, 40 minutes avec le lever de rideau.

**Signé Barrière. Peut-on demander à un acteur, quarante et quelques minutes avant le lever du rideau, s'il va bien ?**

**François Berléand.** Oui.



Dans "Les Choristes"

**Alors ?**

Oui, je vais bien. Mais pourquoi cette question ? Vous m'inquiétez... Y aurait-il une rumeur ? Le Berléand perd la boule ? Il mâchonne un peu, hein ? Il joue beaucoup assis, non ? NDLR : il feint d'arracher les boutons de sa chemise blanche, de se dépoitrailler dans des

accents shakespeariens) : "Ainsi, me voilà. Posé sur la scène de ma vie. Livré aux harangues et au fiel de toutes les langues. Je ne serais jamais en retard dans le temps de mon temps si je le passe avec vous..." Bon : vous voyez que je vais bien, non ? Sachez que mon dernier bulletin de santé est particulièrement flatteur. Je parle du dedans, je laisse l'appréciation du dehors aux autres.

**Pas de rituels, pas d'habitudes avant l'entrée en scène ?**

Sans doute. Je ne m'en rends pas forcément compte. Mais cela reste le mystère de ce qui se cache derrière le grand rideau. Je sais que je mets du temps pour tout. J'ai un côté flâneur mais pas patachon. Si je traîne, je ne gaspille pas le temps : j'en use. Je veux le vivre dans chaque seconde. Par exemple, je n'aime pas avoir à m'excuser pour des histoires de retard. Alors pour éviter cela, je suis ponctuel. Ric-rac, mais ponctuel.

**Ponctuel aussi avec le succès...**

Là, je n'y suis pour rien. J'ai une obligation de résultat. C'est le public qui est à l'heure, c'est lui qui dit l'heure. La bonne heure. Souvent, quand les acteurs parlent du public, il en ressort une étrange impression de condescendance. Comme si tout cela était normal : venez assister au spectacle du talent, et patati et patata... Non : cela est a-normal. Extra-ordinaire.. Cela vient d'ailleurs. Bon ou moins bon, c'est un spectacle. Pierre a raison de dire que c'est de l'argile à faire des pots.

# de l'audace, DE LA PASSION, DE LA TROUILLE et de l'envie

## Pierre. C'est Pierre Ardit ?

Ah ! Lui... Je suis un grand père hétérosexuel, et aussi le très heureux papa de deux toutes petites filles jumelles, Lucie et Adèle. Mais je suis amoureux de cet homme. Alors que, franchement, l'âge venu - hélas - il n'est présentable qu'au jour le jour, et encore, ce pauvre Pierre... (éclats de rire) Il est adorable. Mais, vous savez, cette tendresse qui nous lie met une matière étrange dans ce que le public peut parfois penser n'être qu'un artifice.

## Et ?

Je n'aime pas certains qui ne m'aiment pas. Je ne les "sens" pas, comme on dit. J'aime... ou pas. C'est une affaire d'être. Ceux-là je les oublie, je les chasse de mon regard, je les interdis de mon champ de vision comme pestait Léon Zitronne quand, en s'extirpant de sa Mini Austin, il disait à des passants en chasse d'autographes : "Je vous interdis de me reconnaître". J'adore ! Le jeu, sur une scène ou devant une caméra, ce n'est pas "faire semblant" - et je souligne les guillemets. Le jeu, c'est : moi qui suis ce que je suis pour raconter un truc qui restera peut-être bidouillé pour toujours dans le coin de la mémoire de quelqu'un. Comme un "coucou". Ce sera moi. Et ce qu'il y aura autour ? De l'imaginaire. De l'Arditi ou du Berléand ? Non. Du théâtre, et ce qui fait la vie. Mais c'est moi. Et loin de la scène, ces sentiments-là demeurent les mêmes. Avec les uns proches, et les autres lointains. Voire partis très loin. Morts. Ensevelis.

## Quelle déclaration d'amour au théâtre...

C'est une déclaration d'amour à ma passion. (Il se lève à nouveau et change de chemise pour en passer une autre, blanche, empesée, immaculée, aux poignets mousquetaires avec boutons de manchette. le lever de rideau est dans un quart d'heure). C'est un peu grandiloquent, n'est-ce pas ? Mais, bon sang, le théâtre c'est cela. De l'audace, de la passion, de la trouille et de l'envie. Et de la gueule.

Vous avez peur quand s'ouvre le rideau ?

Cela m'arrive. Encore.

Qui êtes-vous sur scène ?

Jolie question. Et sacrée question... Le jeu au théâtre est une mécanique égoïste qui ne peut fonctionner qu'à plusieurs. Sur scène nous sommes tous des partenaires. Quand l'un flanche - cela peut arriver - alors c'est : tous ensemble. A la fin, on se regarde et puis on se dit : c'est bien, ils ont ri.

*NINA de André Roussin, au Théâtre Edouard VII du mardi au samedi à 21h00, matinées samedi à 17h30.  
Réservation : 01 47 42 59 92 - www.theatredouard7.com*



Oubliez le temps gris,  
la fatigue, les soucis...

Dès maintenant réservez dans  
l'HÔTEL BARRIÈRE de votre choix.  
Nous sommes là pour vous choyer.

N'attendez plus  
pour préparer vos vacances !

BÉNÉFICIEZ  
D'AVANTAGES  
EXCLUSIFS\*  
EN RÉSERVANT  
LES PREMIERS !

RENSEIGNEMENTS  
& RÉSERVATIONS

Tél. 01 73 60 01 11  
Réservez avec le code SBARRIERE  
ou sur  
[www.hotels-barriere.com](http://www.hotels-barriere.com)

DEAUVILLE - LA BAULE - CANNES - DINARD - ENGHEN-LES-BAINS - LILLE - PARIS - RIBEAUVILLÉ - MARRAKECH - NIEDERBRONN - BORDEAUX

\* Valable pour toute réservation d'un séjour Famille ou Escapade du 01/07 au 31/08/2014 avant le 17/03/2014 minuit, selon disponibilités, dans la limite des chambres réservées à cette opération, en prépaiement, non annulable, non remboursable, modifiable uniquement par téléphone pour une nouvelle date de séjour comprise entre le 01/07 et le 31/08/2014 (tarif susceptible de variations). Consulter le site Internet [www.hotels-barriere.com](http://www.hotels-barriere.com) pour plus de détails sur cette opération. Voir conditions de vente et description des offres sur le site.



# Linh-Dan Pham

## DISCRETE EN SOIE

Entre Londres, Paris et Hong Kong, l'actrice franco-vietnamienne est une voyageuse qui, sûre de ses choix, prend des risques artistiques. Révélée dans "Indochine", elle était éblouissante dans "Mr Nobody". Elle a le clair-obscur d'une perle. Une perle d'énergie.

PAR BRUNO SEZNEC

**E**lle n'existe pas seulement comme le maître de musique - superbe de silences - dans la leçon de piano qu'était, en 2005, le film de Jacques Audiard "De battre mon cœur s'est arrêté". Le talent clair et tranchant de l'actrice Linh-Dan Pham ne peut non plus se résumer au rôle de Camille, "la fille de" Catherine Deneuve, que lui confiait en 1992 le réalisateur Régis Wargnier dans "Indochine", un film oscarisé à Hollywood. Avec Linh-Dan Pham, tout est affaire de présence et d'absence. D'ailleurs, après le succès mondial d'"Indochine", elle a disparu des écrans. Pendant dix ans : « J'étais une jeune adolescente. Jouer m'intéressait mais ma timidité, les conseils de mes proches, mon goût alors pour la solitude, peut-être aussi l'envie d'attendre pour bien faire ce que j'aime, loin des stéréotypes : tout cela m'a fait, disons... patienter. »

Sa vie est un kaléidoscope. Une boîte secrète dont s'échappent quelques images. Née à Saigon, elle grandit en France auprès de ses parents. La petite histoire - qui colle à son CV comme un post-it fluo -

veut que, lors d'un déjeuner familial un dimanche dans un restaurant du XIII<sup>e</sup> arrondissement de Paris, quelqu'un aperçoive une petite annonce sur le mur : "Recherche jeune fille, 16-25 ans, pour jouer avec Catherine Deneuve". Essais. Tournage là-bas, au Vietnam. Sortie du film. Et une nomination au César du meilleur espoir féminin en 1993. Alors que le cinéma français célèbre un triomphe international, elle étudie en Hollande. Revient en France, passe son bac avant de sortir quelques années plus tard diplômée en marketing d'une école de commerce américaine à Paris. « Et puis je suis partie au Vietnam travailler dans le commerce international, avant d'atterrir à Singapour », résume-t-elle. Cela aurait pu être la fin d'une vie artistique. Mais des directeurs de casting se souviennent d'elle, ils la retrouvent dix ans plus tard dans la lointaine Asie... La perfectionniste et très déterminée jeune femme ne leur dit pas non mais souhaite "bien faire" : elle suivra donc les cours de l'Actor's Studio à New York pour apprendre l'art dramatique au Lee Strasberg Theatre Institute.



1 - Dans "Tout ce qui brille" de Géraldine Nakache  
 2 - Avec Romain Duris dans "De battre mon cœur s'est arrêté"  
 3 - Linh-Dan Pham aux côtés de Catherine Deneuve dans "Indochine"

2005 est l'année du retour, - salué par le César du meilleur espoir féminin. Au côté de Romain Duris, elle fracasse le stéréotype du personnage de belle silencieuse mise à l'écart par sa culture et confrontée au mur de la langue. « Car c'est de cela qu'il s'agit, insiste-t-elle. J'ai adoré faire ce film. Jacques Audiard appartient à ma famille de cinéma, comme Arnaud Desplechin ou Matthieu Amalric. Mes univers aussi différents soient-ils sont ceux de Quentin Tarantino ou de Jacques Demy (NDLR : mort en 1990). » D'autres l'ont-ils déçue ? « Oui. Là aussi, j'ai appris. » Et puis, à mi-voix : « Mais j'aime laisser décanter. » Une ou deux déceptions plus tard, il y a eu depuis bien des rencontres : Maïwenn Le Besco et son tournoyant "Bal des actrices", Jessica Palud et "Les Yeux fermés", Olivier Doran dont l'attendu "Divin enfant" sera en janvier 2014 sur les écrans. Linh-Dan Pham vit aujourd'hui à Londres avec son mari qui travaille dans la finance ; elle séjourne régulièrement à Paris, se pose à New York ou ailleurs pour les besoins des tournages ; et ne manque jamais une occasion de s'échapper vers Hong Kong "ma bulle d'énergie". La voyageuse parle plusieurs langues et en comprend davantage.

Mais elle s'intéresse beaucoup aux mystères de celle du... corps : « Dans le métier d'acteur, assure-t-elle, la langue du corps est l'une de celles que le théâtre exige. Quand je pense théâtre, je pense mise en péril, essorage physique. C'est une vraie discipline. » Remonter sur les planches, elle y songe. Peut-être à New York. Mais "Dan" ne prévoit pas de monter bientôt sur les planches, elle qui « regrette de n'avoir pas pu travailler avec Patrice Chéreau. »

Etre actrice, c'est son choix. Etre actrice aux heures données par ceux qui croient en elle. Etre actrice à ces heures auxquelles elle s'abandonne alors pleinement. Riches heures. Et le reste du temps ? « Eh bien, je suis une femme qui bouge, boit de l'eau chaude ce qui fait rire tout le monde sur les plateaux, et gère ses insomnies ! » Et quand on lui rappelle ses propos confiés à un magazine : « Dans mon sommeil, je parle : anglais, français ou vietnamien, en fonction de l'endroit où je me trouve », elle répond dans un clin d'œil : « Vous voyez : je suis décidément une voyageuse ! », avant de s'éloigner d'un pas élégant vers la gare du Nord. Destination : Londres, par l'Eurostar.

# LA COLLECTION OLFACTIVE by Fouquet's



EN VENTE DANS TOUS LES ÉTABLISSEMENTS BARRIÈRE

# Pommery

## LE VIF CHAMPAGNE

L'audacieuse Cuvée Louise reste le symbole de la prestigieuse maison adossée au groupe Vranken. Dans la tradition séculaire, elle puise l'essence de son art : le goût et la recherche.

PAR PIERRE-JEAN BASSETERRE

Les valeurs sûres sont des valeurs pures. Elles tournent le dos aux seules apparences, aux modes. Pourquoi ? Parce qu'il en faut de la pureté pour choisir de mettre des siècles d'expérience dans l'éphémère instant de fines bulles de "champagne". Ces bulles sont dans l'air du temps. Elles se promènent à travers les époques. Voilà comment - mais pas seulement - Pommery creuse sa trace et sa marque de grand champagne.

La Cuvée Louise brille de ces instants-là. Et d'une inventivité dont la fondatrice Louise Pommery avait su faire preuve au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle. Il se dit en Champagne que des femmes - devenues veuves - sont alors apparues comme les grandes ordonnatrices de ce

vin. La généalogie se mêle à l'histoire pour en attester. D'une aristocratie de terre a surgi un élan qui ne se dément pas. Chaque génération a innové avec ses technologies et ses horizons. Pourtant, les années 2010 ont vu Pommery choisir avec audace une autre manière de communiquer avec les amateurs de ses champagnes. Ainsi, toutes les bouteilles sont marquées d'un flashcode.

L'idée semble simple, elle est cependant... culottée. « C'est une vraie révolution », souligne Nathalie Vranken, directrice générale du groupe Vranken-Pommery. « En se connectant avec leur smartphone sur le QRcode, nos clients accèdent à une visite virtuelle des crayères Pommery situées à Reims. Ils peuvent aussi suivre des dégustations en vidéo et découvrir l'exposition d'art contemporain permanente. » Cette utilisation du flashcode n'est pas une première. D'autres producteurs - essentiellement de spiritueux - ont eu recours à ce clin d'œil technologique, mais pas à une telle



Dans les caves spectaculairement illuminées de Pommery.

échelle (18 millions de bouteilles par an). Dans un environnement économique troublé, ces petits écussons placés sur chaque bouteille affirment le lien de Pommery avec son patrimoine en même temps que sa volonté d'accompagner la création contemporaine. Une volonté qui se traduit par des opérations concrètes de partenariat et de mécénat culturel : par exemple, avec les musées Beaubourg de Paris et Metz, le festival de Ramatuelle, des célébrations comme les 30 ans des Frac, les Fonds régionaux d'art contemporain, ou encore la promotion des métiers d'art : voilà comment Vranken est le partenaire de la spectaculaire exposition "Cartier : le Style et l'Histoire", qui dévoile - au Grand Palais à Paris jusqu'au 14 février prochain - les plus belles réalisations du joaillier. « Être mécène, c'est s'inscrire dans la continuité », dit-on chez Vranken. « Nos engagements sont liés à de fortes convictions, malgré la crise. Pommery est une marque à l'avant-garde, il est logique qu'elle s'associe à l'art contemporain. » Il ne s'agit donc pas d'une posture mais d'un réel choix. Les retours sur investissement du mécénat ne sont pas facilement mesurables. « Mais, se félicite Nathalie Vranken, la notoriété de Pommery

est croissante. Environ 100 000 visiteurs découvrent l'exposition au domaine. Cela fait partie des sept plus grandes expositions privées d'art contemporain en France... »

Qui a parlé de l'éphémère instant de fines bulles ?

### Le sol de Louise

Dans sa robe bronze, le verre de cette bouteille invente la signature de la Cuvée Louise. Le bronze est l'une des matières les plus fortes jamais issues des éléments les plus faibles intelligemment réunis. Dans la craie de la Champagne, le vin s'écrit au masculin. Mais il se perpétue et s'invente au féminin depuis des siècles. Rien à voir avec le talent des unes ou des autres. La Cuvée Louise illustre autant qu'elle la couronne la majesté d'un vin que l'on disait de soif et devenu de soie. Peut-être même de "soi" tant il revendique son identité. De bronze pour être. Signé Pommery.



# L'ESPRIT FOUQUET'S *Paris by Barriere*

Au service - impeccable - d'un art de vivre, 350 employés pour 81 chambres dont 33 suites. Derrière les étoiles d'un hôtel de grand luxe, agissent des équipes. Et des talents.

PAR BRUNO LANVERN

Nouveau depuis 2006... Nouveau chaque jour parce que l'hôtellerie de luxe, dans l'esprit Barrière, cent ans après la création du Groupe, mêle au quotidien l'innovation et la transmission. Parfois, le fameux "art de vivre à la française" est perçu par certains professionnels du tourisme de luxe comme une vision ancienne sinon passéiste. C'est oublier que la modernité ne passe pas forcément par la standardisation des lieux et des espaces, par l'uniformisation dans la qualité d'un service cinq étoiles ou par l'effacement des talents de chacun. "L'innovation ce n'est pas à tout prix la recherche de l'originalité, c'est aussi le refus de l'impersonnel", insiste Dominique Desseigne, le président de Lucien Barrière Hôtels et Casinos. Quand il a décidé voilà sept ans d'ouvrir à Paris un hôtel de grand luxe – ce qui ne s'était plus vu dans la capitale depuis 1921 – sa volonté était d'affirmer une expertise là où elle peut





être la plus exposée (dans tous les sens du terme) : sur les Champs-Élysées. L'architecture imaginative d'Edouard François et l'élégance épurée de la décoration signée Jacques Garcia accompagnent la discrétion d'un service impeccable. "Vous êtes chez vous quand le Fouquet's Barrière vous convie chez lui", résume joliment son directeur général, Fabrice Moizan. Dans tous les détails de la vie d'un hôtel de grand luxe, cette expertise est le fait d'équipes - 350 employés pour 81 chambres dont 33 suites – et aussi d'individualités dont le talent a pu être salué par des titres de "meilleur ouvrier de France" (comme le barman Stéphane Ginouvès) ou une étoile au

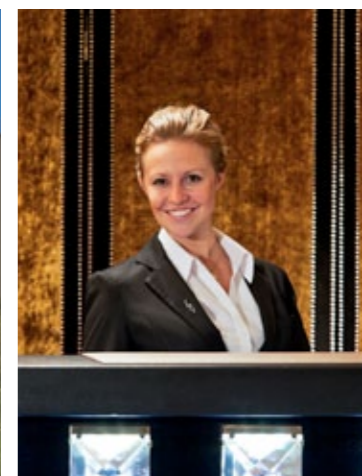
Guide Michelin (pour le restaurant "le Diane" et son chef Christophe Schmitt). Ou bien encore par la reconnaissance de Marlène Belvalette, manager du U Spa du Fouquet's Barrière. Une reconnaissance qui devient aussi collective quand L'Hôtel Fouquet's Barrière reçoit le prix du Meilleur Hôtel Spa de luxe 2013 de France, remis par les World Luxury Hotel Awards. Il figure ainsi à la première place des trophées internationaux les plus prestigieux, exclusivement destinés à récompenser les hôtels les plus luxueux et les plus élégants parmi 67 pays. Être international en demeurant soi : c'est Paris by Barrière !

## Des Champs Elysées en vert

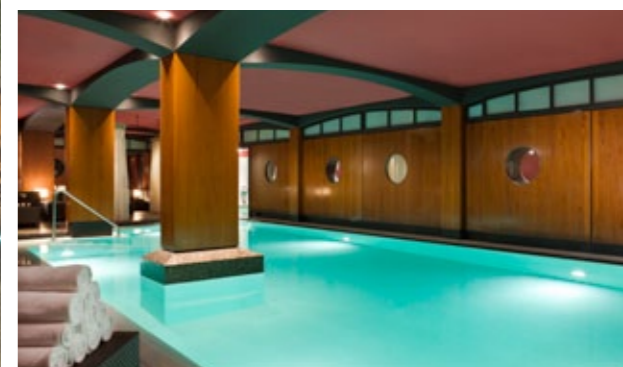


La préservation de l'environnement est devenue une ligne importante dans la gestion de l'hôtellerie de luxe. Le Groupe Barrière a été le premier en France à recevoir la certification de la norme internationale ISO 14001 qui préconise un "management environnemental". L'Hôtel Fouquet's Barrière vient de se voir attribuer un World Savers Awards dans la catégorie "préservation de l'environnement".

Il figure au nombre des 14 établissements récompensés (parmi 174 candidats) par le très influent magazine américain Condé Nast Traveler. Un choix justifié par le fait que le Fouquet's Barrière "minimise sa consommation d'eau et d'énergie. Et plante des arbres".



Depuis 2006, l'esprit Barrière a son adresse parisienne au bord des Champs-Élysées. A l'élégance du confort luxueux de ses 81 chambres dont 33 suites s'ajoutent 750m<sup>2</sup> consacrés au bien-être dans le Spa (ci-dessous) qui propose les meilleurs soins.



people



# Des Planches ET UNE PETITE MAISON

Des couleurs et des goûts. Hollywood se passe le mot comme on se confie de bonnes adresses. Dans l'esprit Barrière il n'y a pas seulement la simple et discrète élégance que cherchent les metteurs en rêve (acteurs, réalisateurs, producteurs venus de Los Angeles et de New York) : il y a le cocooning si apaisant. Celui que depuis 1975 ils trouvent à Deauville au Festival du Cinéma Américain. Et celui, jeune d'un an tout juste mais déjà rituel, que La Petite maison de Nicole Rubi au Fouquet's Barrière de Paris glisse dans les agendas entre deux vols internationaux. Le bonheur c'est simple quand on est un californien en France : des Planches et une Petite Maison.



**JAQK**  
In cards we trust



Création : demain l'Agence.

OUVERTURE DE VOTRE BOUTIQUE  
**CHAMPS ELYSÉES**

BOUTIQUE JAQK - GALERIE DU CLARIDGE  
74, AVENUE DES CHAMPS ELYSÉES - PARIS

BOUTIQUE JAQK  
27, RUE DE LA MONNAIE  
LILLE

BOUTIQUE NEW YORK  
73, RUE DU GÉNÉRAL DE GAULLE  
ENGHEN-LES-BAINS

Retrouvez tous nos points de vente sur [www.jaqk-store.com](http://www.jaqk-store.com)

# L'affaire de la poule rose

## CE JOUR LÀ À DEAUVILLE

L'HISTOIRE DE LAURENT JOSSE

Dans des larmes un peu retenues, Emile, notre fils de 4 ans, parle sérieusement au concierge du Normandy Barrière. « Elle est rose, elle a deux pattes en ficelle jaune, une poche pour un poussin et un bec tordu tout blanc. Et elle me manque. Et elle s'appelle la Poupoule. » C'est son doudou. Après avoir déjeuné au Ciro's en ce mois de juillet, Emile, mon mari et moi avons traversé les Planches pour rejoindre notre parasol sur la plage. Emile était sorti de la poussette et courait déjà sur le sable quand, stupéfaction : « la Poupoule » avait disparu.

Après une rapide enquête auprès du restaurant et avoir fait et refait le bref même trajet, rien. Voilà pourquoi nous voilà, devant le concierge du Normandy Barrière, après avoir laissé une description du doudou volatilisé au personnel du Ciro's. L'homme aux clefs d'or prend en mains les opérations de recherche avec un sourire rassurant pour Emile et, à vrai dire aussi, pour mon mari et moi : « Nous avons désormais un descriptif précis de la disparue. Au vu de son signalement, elle

ne devrait pas passer inaperçue... » Ajoutant : « A ma connaissance, il n'y a pas de voleur de poule rose à pattes jaunes à Deauville », avant de nous inviter à prendre un cocktail de fruits au bar. En servant notre garçon, une élégante jeune femme lui assure que « toute l'équipe du Normandy Barrière va retrouver "la poupoule" ». Bientôt, l'humeur d'Emile est moins grise : il a le sentiment que tout le monde dans l'hôtel est à la recherche de son cher doudou. Si bien que, quand il souhaite malgré tout passer quelques heures au club Diwi pour les enfants comme il était prévu, le voilà

assuré que les détectives du Normandy Barrière vont mener à bien leur mission. Nous sommes plus inquiets que lui. Car dans la poche à poussins du doudou, il y a bien d'autres choses que des petits oisillons de tissu : des morceaux de moments qu'il partage avec nous depuis sa naissance. Et quelques secondes d'étourderie...

L'après-midi s'achève. Pas de nouvelles. Revoilà Emile, non pas insouciant mais ragaillard même si nous lui annonçons que nous sommes dans l'ignorance de toute trace de la disparue. A 19h30, nous regagnons notre chambre. Comment préparer avec douceur Emile au fait qu'il ne reverra plus « la Poupoule » ? Trouver autre chose à dire que : « tu as grandi, on va la remplacer. » A peine la porte ouverte, Emile traverse le petit couloir de la chambre comme s'il avait une certitude. Nous le suivons. Sur le lit sont posés un paquet enveloppé de papier rouge et de senteurs légères de vanille, et une carte en lettres dorées : « De la part des détectives du Normandy Barrière ». Dans nos rires mêlés,

Emile déchire le cadeau tant espéré : « la Poupoule » est là, plus pimpante que jamais, lovée dans du papier de soie parfumé, accompagnée d'un bref message : « Très cher Emile, j'ai voulu profiter toute seule des Planches de Deauville, mais je me suis perdue. Les animaux de faïence nichés sur le toit de l'hôtel m'ont heureusement repérée depuis leurs hauts perchoirs. Les détectives du Normandy Barrière sont venus me chercher. Je suis de retour et tu m'as beaucoup manqué. » Signé : « la Poupoule ». Cette nuit-là, nous avons dormi tous les trois comme des poussins.

### Et vous ?

Avez-vous vécu une jolie histoire dans l'un des établissements Barrière que vous aimeriez raconter ?

Envoyez votre histoire à : sbarriere@lucienbarriere.com. Si votre récit est sélectionné un séjour\* pour deux dans l'Hôtel Barrière de votre choix vous sera réservé.

\* un séjour de 2 nuits avec petit-déjeuner, hors vacances scolaires et périodes événementielles



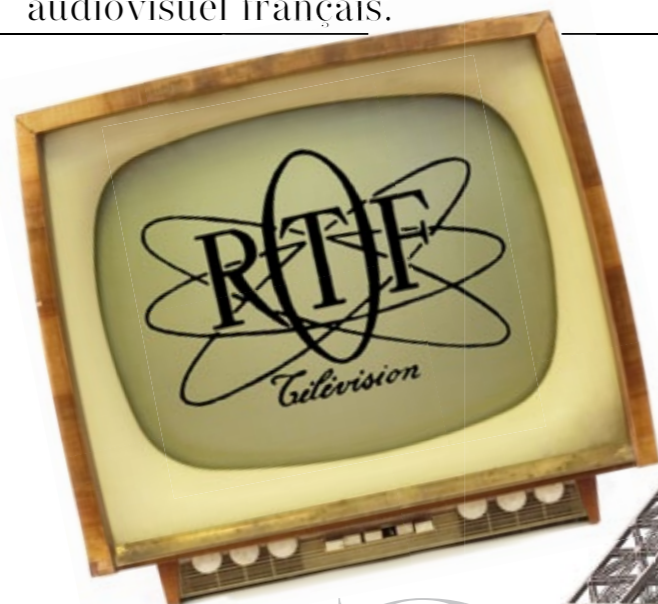
Le savez-vous ?

# Quiz

## TÉLÉVISION

A force de la regarder, la connaît-on si bien cette "étrange lucarne"? 17 questions anodines (ou pas) pour vérifier ce que "les ménagères de moins de 50 ans" doivent savoir (ou pas) sur le dernier demi-siècle audiovisuel français.

Le savez-vous ?



1

**La première retransmission télévisée mondiale en direct a été**  
A - Le couronnement de la Reine Elisabeth II en 1953  
B - L'installation au Vatican du Pape Jean XXIII en 1958  
C - Les premiers pas de l'homme sur la Lune en 1969

**La Tour Eiffel, la maman des antennes hertziennes de la télé de papa, mesure :**  
A - 290 mètres  
B - 320 mètres  
C - 400 mètres

2

3

**Qui, en recevant le trophée d'un Sept d'or, l'a accepté puis posé sur le sol ?**  
A - Antoine de Caunes  
B - Frédéric Mitterrand  
C - Thierry Ardisson

**Que signifiait le sigle ORTF ?**  
A. Office de radiodiffusion-télévision française  
B. Office de radio et de télévision française  
C. Office de radiodiffusion et de télédistribution pour la France

4

5

**Qui est le créateur des Dossiers de l'Écran ?**  
A - Armand Jammot  
B - Patrick de Carolis  
C - Jean-Luc Delarue

**Les premières émissions télévisées en couleurs en France datent de :**  
A - 1967  
B - 1972  
C - 1975

6

7

**Quand la première émission de téléachat a-t-elle été diffusée en France ?**  
A - 1981  
B - 1987  
C - 1993

**Quel est le nom de l'émission qu'a présentée Bernard Pivot en revenant à l'antenne après les 15 années d'Apostrophes ?**  
A - Bouillon de culture  
B - Brouillon de culture  
C - Bouillons de culture

8

Le savez-vous ?

Le savez-vous ?



9

**Loft Story, la première émission de télé-réalité diffusée en France en 2001, était programmée sur**

- A - TF1
- B - M6
- C - Canal +

**Que signifient les trois lettres du sigle CSA ?**

- A - Conseil supérieur de l'audiovisuel
- B - Comité de sécurité des antennes
- C - Conseil supérieur des antennes

**Les chaînes gratuites de la TNT concurrencent désormais en France les programmes et l'économie des chaînes de télévision historiques. Que signifie ces trois lettres, TNT ?**

- A - Télévision Non Tarifée
- B - Télévision Numérique Terrestre
- C - Télévision, Net et Toile

**Quelle est l'année de la création de Canal + ?**

- A - 1984
- B - 1990
- C - 1993

**Quelle est la durée "moyenne" que passe en France un téléspectateur devant l'écran (toutes catégories d'âge confondues) ?**

- A - 2 h 40
- B - 3 h 50
- C - 4 h 10

**Vivement dimanche est une émission de Michel Drucker diffusée sur France 2**

- A - le vendredi
- B - le samedi
- C - le dimanche

**Le journal de 20h00 de TF1 est le plus regardé d'Europe**

- A - Vrai
- B - Faux

**Le verbe "zapper" vient de la langue**

- A. Allemande
- B. Anglo-américaine
- C. Japonaise

**Sur une heure de programme, les télévisions payantes peuvent consacrer 12 minutes du temps d'antenne à la publicité**

- A - Vrai
- B - Faux

Solutions en page 88

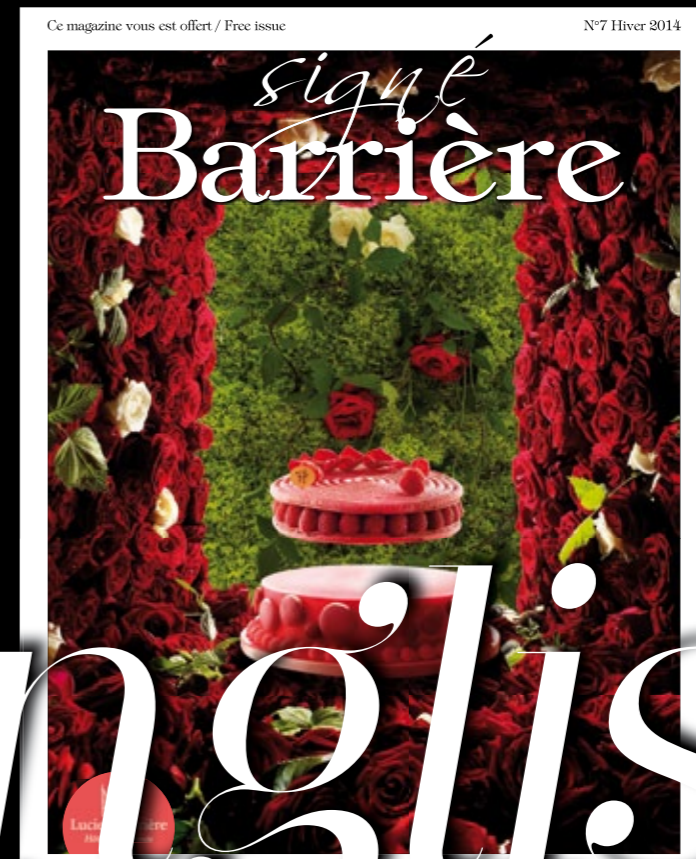
# le grand vrac DES RÉPONSES

**1-A** Afin que les sujets de Sa Majesté à chaque bout de l'Empire britannique puissent au même moment voir la nouvelle souveraine... **2-B** Construite en 1889 pour l'Exposition Universelle de Paris sur les plans de l'ingénieur Gustave Eiffel, elle mesure à l'origine 300 mètres. Malgré des partisans en faveur de sa destruction, sa hauteur trouve bientôt une utilité pour les transmissions radiophoniques puis télévisuelles. Surmontées de nombreuses antennes, elle s'élève donc aujourd'hui à 320 mètres du sol. **3-A** L'Office de radiodiffusion-télévision française fut même à l'origine d'une querelle d'orthographe entre académiciens : pourquoi un trait d'union et pourquoi l'adjectif française est-il au singulier ? L'ORTF a disparu en 1975. Mais le débat demeure... **4-B** En direct en 1991, Frédéric Mitterrand reçoit le Sept d'or du meilleur animateur pour son émission culturelle Du côté de chez Fred qui vient d'être supprimée de l'antenne par la direction de France 2. Il pose le trophée à terre en déclarant : "C'est là où se trouve le service public." Emoi. Il présentera ses excuses le lendemain. **5-A** Il n'existe alors en France que... 1500 téléviseurs capables de recevoir ces images en couleurs. **6-A** Le producteur Armand Jammot (1922-1998) pilote Les Dossiers de l'écran de 1967 à 1991. Il est aussi "l'inventeur" du premier magazine télévisé féminin "Aujourd'hui Madame" (de 1970 à 1982) et du plus ancien jeu "Des chiffres et des lettres", dont la première diffusion sous le titre "le mot les plus long" date de... 1965. **7-A** Bouillon de culture, de 1991 à 2001. Cette émission remplaçait Apostrophes dont les numéros s'étaient succédés chaque vendredi soir de 1975 à 1990. **8-A** A l'antenne sur TF1 depuis le 13 décembre 1987, le

Téléshopping fête ses 25 ans de diffusion ininterrompue. L'émission de télé-achat Le Magazine de l'objet était présenté à l'origine par Pierre Bellemare. Elle a été rebaptisée Téléshopping. La plupart des autres chaînes privées ont désormais un programme de télé-achat. **9-B** M6 a été la première en adaptant un concept néerlandais intitulé Big Brother. Loft story a vécu deux saisons (2001 et 2002), après des scores d'audience remarquables. TF1 en a repris quelques idées pour programmer Secret Story qui depuis 2007 connaît sa 7ème année à l'antenne. **10-A** Le Conseil supérieur de l'audiovisuel est composé de 9 membres nommés pour 6 ans et actuellement présidé par Olivier Schrameck. **11-A** Télévision numérique terrestre, depuis 2005. **12-A** L'antenne de la chaîne cryptée a été ouverte le 4 novembre 1984. André Rousselet a été le premier président de la chaîne Canal +, dont le projet initial prévoyait qu'elle s'appelle Canal 4. **13-B** Cette durée de 3 heures et 50 minutes a augmenté en France de 8 minutes en deux ans. En Europe, elle est de 3 heures et 55 minutes ; 4 heures et 46 minutes aux Etats-Unis ; 4 heures et 55 minutes au Moyen-Orient. **14-C** Le dimanche après-midi, depuis 1998. **15-A** Avec des moyennes autour des 7 millions de téléspectateurs et des parts de d'audience de 33%, TF1 diffuse le "JT" le plus regardé en Europe. **16-B** Il apparaît dans les années 1950 aux Etats-Unis et deviendra trente ans plus tard une expression universelle. Il semble que l'origine en soit le bruit que peut faire une pilon métallique, ou une culasse, pour changer ou "éjecter" une pièce déjà emboutie. **17-A** Cette durée de 12 minutes est ramenée à 9 minutes par heure pour les télévisions d'accès hertzien ou de la TNT.

## Que sais-je ? À LA GUISE DE VOTRE QUIZZ...

**De 11 à 17.** Vous êtes un fan de Jean-Marc Morandini ! - Le grand direct des médias sur Europe 1 (9h00-10h30). **De 16 à 10.** Vous savez que la télévision n'est pas seulement "une part de cerveau disponible". Mais... **De 9 à 4.** Pour vous, il n'y a pas que la télévision dans la vie. **De 4 à 0.** Ce n'est pas grave... Ce n'est que de la télé.



# english VERSION

FOR OUR BRITISH READERS,  
SIGNÉ BARRIÈRE OFFERS A SELECTION  
OF TRANSLATED TEXTS IN ENGLISH.  
HAPPY READING !

## Laurent Fau. The Maestrographer

He photographs "the architects of the minuscule". Would Pierre Hermé's Polish brioche, waffles, pain d'épices, baked custard flan, financier, charlotte, tarte, red fruit kouign aman or parfait glacé have had that little bit of magic without the "eye" of the man who puts them in the limelight, Laurent Fau?

"But at the exact moment when the mixed mouthful of cake crumbs met my palate, I flinched – aware of something extraordinary taking place in me." Photographer Laurent Fau might well have read "a little" Marcel Proust, but despite this, he is no dandy of greed; he spies upon it in broad daylight. An opportunistic thief? No. Less still a freeloader. Here is a man whose snaps are considered long and hard. This isn't to rule out improvisation, just that it always gives the best result after long, expert and meticulous preparation. But there's no question of trivialising his subject. As with photography, pâtisserie is an art requiring precision and accurate timing. They also share pauses, waiting, the alchemy of elements, teamwork; tasting is the equivalent of looking through the eye-piece, and composing a shot like becoming immersed in a recipe. The soul of discretion when it comes to his relationship with master pâtisserie-makers



page 10

Pierre Hermé and Christophe Michalak; Fau expertly sidesteps: "They are creators and inventors; virtuosos of the moment seized. Not frozen, seized. What they do is not just unusual; it is original, back to basics, the essence of an incredible expertise. And then suddenly, there is some sort of event. Yes, it is an event, because something physical takes place. Something powerful, strong. They've got something." This all happens as, moving through his gallery with his books and superb photos, Fau maintains he was nothing other than just the "simple" spectator continually amazed by the talent of those he reproduces on glossy paper. "They know I'm an admirer and that they lend me a certain nobility," he qualifies. Would Pierre Hermé's Polish brioche, waffles, pain d'épices, baked custard flan, financier, charlotte, tarte, red fruit kouign aman or parfait glacé have had that presence without the "eye", the set-up moment where light and matter combine, satisfying the eye and savouring the nuances? As Eve-Marie Zizza-Lalu wrote, in *Rêves de pâtissier* (\*): "Whether they are inspired by the past or materialise like an obvious fact from the mind of the pâtissier, modern day desserts are a class apart. Their existence is closely linked to the name of their creator." And their photographer too? Who, in turn displays and showcases creations by Hermé or Michalak? "I'm a conman: all I do is reveal the beauty of something ephemeral made real by others," jokes Laurent Fau.

Behind the smile, the – carefully chosen - words don't tell the whole story. By working for fifteen years on advertising series for prestigious, top luxury brands, Laurent Fau creates work that materialises from the sparkle of perfume bottles; the crimson of two cherries like rubies held in a pair of earrings, pearl beads strung on ethnic jewellery, etc. "Setting up" scarcely does justice to a photographer composing his subject. Lights, reflectors, spotlights: he creates his own 3D, as though painting with light, playing with shadows and penumbra just to get the spark, the shot.

This enthusiasm will never leave Laurent Fau. In the cup of tea in front of him, he sees an amber light, a changing silk, both flat yet lightly crumpled. He looks at the lighting around him – "It's the really studio side of me." Yet those who have watched him work also know that anything can be achieved, modified, changed. In the time it takes to bite into a strawberry. Or press the shutter on his camera. And we sit there dumbstruck, while the photographer is surprised at our surprise.

(\* *Rêves de pâtissier* [*Pâtissier's Dreams*] by Pierre Hermé, Editions de La Martinière.  
Photographs by Laurent Fau.

## Mugler Follies Manfred T's fabulous ball.

The designer who's into everything transforms everything, turning it into something else and sculpting a stunning review and a rather quirky dinner show out of a troupe of exceptional dancers, acrobats and performers. More than ever, the name Mugler equates to a whole world.

Formerly a dancer, a fashion, haute couture, perfume (including the highly successful Angel, with Clarins), and theatre costume designer, a photographer and a stage director, Manfred Thierry Mugler, now in his sixties, continues along his path of flamboyant metamorphoses. After leaving for the United States eleven years ago, he's back in France with a project that's as unexpected as it is polished: a review – Mugler Follies – and a dinner show revisited by Fouquet's, care of Lucien Barrière Hotels and Casinos. In the little note he prepared for the spectators, Manfred T. Mugler explains his decision: "I'm often asked why I created the Mugler Follies", he writes. "In fact I felt the need to blow a breath of frivolity onto our time. I chose the art of the review because it's a free art (...) My wish is to share a dream with you. I hope to surprise, astonish and perhaps even amaze you a little." A little? As it happens, that's quite an understatement.

Without the freedom of passion, no praise can be flattering. So run, go and see the joy and jubilation of this magical show that will have you spellbound. Are these rather antiquated, obsolete terms? Who cares? They describe all the deceptively chaotic energy that's admirable in its mastery of a world of sophistication, subtle choreography and scenes accentuated by lights and the projection of stunning images. In this succession of moments that can be qualified as incredible, innovative, new, precious, bright as sapphires, funny and disturbing, extravagance is created. Mugler takes on board and plays on this word that describes a rich and lively aesthetic genre: the 'extravaganza'. As a nod in the direction of the history of showbiz, it is from the Comédia theatre (\*) that these Mugler Follies are to take flight. It was in this theatre (listed as a heritage site) that, in the 1920s and '30s, Mistinguett, Maurice Chevalier and Raimu reinvented the codes of 'Parisian entertainment', far from the weighty impact of cabaret and reviews of varying degrees of naughtiness that were thrown together in a hurry. That was when Cocteau was dreaming about



page 16

making films, when Picasso was abandoning Pablo, when Joséphine was making the name Baker beautiful, and when surrealists were combining eroticism, magic, musical performances and transformed ballets in experiments that bubbled with creativity.

Here, Manfred T. Mugler continues to reveal his fantastic display, which was first seen in 2002 in Las Vegas when he created the Zumanity show, for and with the Cirque du Soleil. The exceptional troupe of dancers, acrobats and performers provides his raw material and his pretext: he transforms, twists and sculpts the bodies of these men and women, who all come together thanks to a mysterious alchemy of fluidity, corsets and leotards. Through discipline (he subjects himself to strenuous body building workouts), Mugler is still in search of freedom. And masterly extravagance.

(\* *Comédia*, 4 boulevard de Strasbourg, 75010 Paris  
[www.muglerfollies.com](http://www.muglerfollies.com)

## Television(s) Trouble in TV-land

Watch 'n'go? In just a single short decade, television as we watched it for half a century has gone through a technological and economic revolution. Everything has changed. Great news, or a great shame?

Its every whim. We don't watch television anymore; we download it, we phone it, we pick it up anywhere; it is such as the technological revolution over the first decade of the 21st century made it: everywhere. It flashes up on screens smaller than your hand. You can have it in your car, on the train, the underground, in your wallet, your handbag, a drawer, in a window on your computer screen, your mobile phone, even on the face of a watch. What is this world where "channels", "bundles" and "housewives under 50" intertwine? This world where units of time now start at "prime time"? This world where the audience becomes judge and jury? This Planet



Television, whose circumference is so often – wrongly and rapidly – gauged in France, purely by the number of Euros (125) charged for the television licence (when it costs 184 Euros per household in the UK and 216 Euros in Germany).

It is curious to observe how the extravagance of the new hertz technology stirred up so much discord when television first emerged more than half a century ago. And how another burst of extravagance - digital this time, what we call "web TV", or television over the internet, if you prefer – now raises, sixty years later, the same pseudo-technical arguments for the decades to come. For some, we are simply changing the tool, whereas for others it is the whole system of production that is at stake. The issue lies in knowing whether the way we watch television is a choice made by the viewer who, we are told, now prefers to watch alone in front of a personal screen, or whether this change in attitude is being discreetly instilled by the manufacturers of the networks associated with those who "fill the airwaves"

– the channel owners. This cosy companionship is based on financial objectives, annual reports presented to shareholders – whether public or private sector. Television is a mass industry. As in mass-media, but also just massive. The quest for yield and return on investment opens up – as applicable – opportunities for original and strong drama, improves coverage of major sporting and music events and contributes to bold projects.

"Television like it used to be" - pre-Internet - looks like a grain of sand on a dune when you realise that there are a billion websites currently active around the world. And this number is apparently increasing each month by 5%... To use a truism, in order to maintain a seat at this vast party, firstly you have to have a seat. And if you want to keep that seat, then "how it used to be" is no longer an option. You have to implement strategies, accept regulation and production specifications, without overlooking the grey areas that exist in any industrial revolution. And don't forget, Mr, Mrs and Miss Viewer, that you can still turn the television off. And talk about it. Or not.

## American Import. Netflix. Crossing the streams

The American online video and distribution giant, Netflix, is widening its web towards France, where the company will be in a position to offer its network services in the coming months. The market leader in remote rental of films, TV series and programmes, as well as legal Internet streaming, whilst at the same time financing its own productions, Netflix is inseparable from the multimedia landscape in the US where it generates on average 30% of Internet traffic.

Created in 1997 by the magnate Reed Hastings, the corporation now has more than 40 million subscribers in 52 countries. A modest subscription (less than 10 dollars per month) grants every customer access to films, TV series or programmes produced all over the world,



only a few days after their official release. This is the great strength of the network: an impressive catalogue of new films and "entertainment". How do they do it? Thanks to a tightly-woven web of contacts within the production companies – increasingly in the early stages of project financing – and a blueprint for negotiating the purchase of films without middle men. This "content" is then squeezed out online or sent to subscribers by a clever hidden system called "Red Envelope Business". Subscriber order the films they want; 24 hours later they are delivered to their door in a crimson envelope with no return address or date. Once viewed, the DVDs are simply slipped back into the red envelope and posted in any US Postal mailbox, guaranteed to be returned free of charge to Netflix. The American postal service is a paid partner in this commercial enterprise, which generates turnover in excess of 4 billion dollars.

Beyond simple DVD rental/distribution, Netflix is now investing in original dramatic programming; from "pipes" to film sets. A prize, the Netflix Award, gives financial encouragement to projects made by young producers, with the results now being premiered on Netflix' Internet platform. One of the most spectacular successes of this unique creative apparatus has become a global hit: the excellent and disturbing series House of Cards with the bold and brilliant Kevin Spacey, who brought the idea to life. Broadcast in France on Canal+ but also available

on the net, it has been a huge hit with viewers and Internet users. Netflix is another way to keep an eye on the box. Especially the television screen, but no longer exclusively...

## Linh-Dan Pham A discreet star

Constantly travelling between London, Paris and Hong Kong, this Franco-Vietnamese actress knows what she wants and is not afraid to take creative risks. Revealed in Indochine, she was stunning in Mr Nobody. She has the chiaroscuro of a pearl – a pearl of energy.

She does not only exist as the superbly silent music teacher in the piano lesson that was, in 2005, Jacques Audiard's film, The Beat That My Heart Skipped. Nor can the evident and indisputable talent of Linh-Dan Pham as an actress be summed up in the role of Camille, the 'daughter of' Catherine Deneuve, which Régis Wargnier entrusted her with in 1992 for his Oscar-winning film, Indochine. With Linh-Dan Pham, it's all about presence and absence. In fact, after the worldwide success of Indochine, she disappeared from the screens. For ten years: "I was a young teenager. Acting interested me but





my shyness, the advice from my relatives, the taste I had then for solitude, and perhaps wanting to wait so I could do what I loved well without falling into stereotypes, all that made me, let's say ... take my time."

Her life is a kaleidoscope, a secret box that allows only a few images to escape. Born in Saigon, she grew up in France with her parents. The story – which sticks to her CV like a bright coloured Post-it note – goes that, during a family Sunday lunch in a restaurant in the 13th arrondissement of Paris, someone noticed a small ad on the wall, which read: "Looking for a girl, aged 16-25, to act alongside Catherine Deneuve". Test filming. Shooting on location in Vietnam. Release of the film. And a nomination for a César as Most Promising Actress in 1993. While French cinema celebrated an international triumph, she studied in Holland. She then returned to France and took her Baccalaureate exams before graduating from an American business school in Paris a few years later with a diploma in marketing. "And then I went to Vietnam to work in international commerce, before moving to Singapore", she summarises. It could have been the end of her artistic life. But casting directors remembered her and found her ten years later in distant Asia... This very determined, perfectionist young woman did not tell them no, but wanted to do things properly: she therefore took lessons at the Actor's Studio in New York to learn dramatic arts at the Lee Strasberg Theatre Institute.

2005 was the year she returned, hailed by the César Award for Most Promising Actress. Alongside Romain Duris, she smashed stereotypes by playing a beautiful silent woman pushed to one side because of her culture and confronted with the wall of language. "Because that's what it's about", she stresses. "I loved making that film. Jacques Audiard belongs to my cinema family, as do Arnaud Desplechin and Matthieu Amalric. My worlds, as different as they may be, are those of Quentin Tarantino or Jacques Demy (editor's note: he died in 1990)." Did you find others disappointing? "Yes. And I learned from that." And then, she quietly adds: "But I like to allow things to settle." One or two disappointments later, there have been many encounters since: Maïwenn Le Besco and her whirling *All About Actresses*, Jessica Palud and *Les Yeux Fermés*, Olivier Doran whose awaited *Divin Enfant* will be on screens in January 2014. Nowadays, Linh-Dan Pham lives in London with her husband who works in finance; she regularly stays in Paris, and also spends

some time in New York or elsewhere for filming; and she never misses an opportunity to fly off to Hong Kong, "my bubble of energy". This traveller speaks several languages and understands even more. But she is mostly interested in the mysteries of ... body language: "In the acting profession", she assures us, "body language is one of the required languages. When I think about theatre, I think about putting yourself in danger, physically wringing yourself out. It's a real discipline." She's considering going back on stage, perhaps in New York. But 'Dan', who says she regrets not having been able to work with Patrice Chéreau, isn't planning on going back on stage soon."

Being an actress, that's her choice. Being an actress in the hours given by those who believe in her. Being an actress in those hours when she gives herself up completely. Rich hours. And the rest of the time? "Well, I'm a woman who's active, drinks hot water, which makes everyone on the sets laugh, and manages her insomnia!" And when we remind her of this remark in a magazine: "I talk in my sleep: English, French or Vietnamese, depending on where I am", she replies in a flash: "You see: I definitely am a traveller!", before she elegantly walks off towards the Gare du Nord.

Destination: London, by Eurostar.

## Pommery The Champagne Life

The audacious Cuvée Louise remains the symbol of this prestigious company, which is part of the Vranken Group. It draws the essence of its art from centuries-old tradition: taste and research.

Safe values are pure values. They turn their backs on appearances and fashions. Why? Because you have to have purity to choose to put centuries of experience into the fleeting moment of champagne's fine bubbles. These bubbles keep up with the times. They wander through the ages. That is how – in part – Pommery makes its way forward and its major brand of champagne. Cuvée Louise shines with those moments. And with the inventiveness of the founder, Louise Pommery, demonstrated in the mid-19th century. In Champagne, it is said that women who become widows go on to emerge as the great managers of this wine. Genealogy mingles with history to attest to this. From a land aristocracy there emerged a momentum that has never waned. Each generation broke new ground

with its technologies and horizons. Yet, from 2010, Pommery was considered audacious when it chose a different way of communicating with fans of its champagnes. All of the bottles were marked with a 'flashcode'.

The idea seems simple but it still required a degree of courage. "It is a true revolution", stresses Nathalie Vranken, managing director of the Vranken-Pommery Group. "By connecting to the QRcode using their smartphones, our customers can access a virtual tour of the Pommery chalk caves located in Reims. They can also follow tastings on video and discover the permanent exhibition of contemporary art." This use of the flashcode is not a first. Other producers – of spirits essentially – have had recourse to this technological snapshot, but not on such a scale (18 million bottles per year). In a troubled economic environment, the small badges placed on each bottle assert both Pommery's link with its heritage and its willingness to support contemporary creation. This determination is reflected in concrete partnership and cultural patronage operations with, for example, the Beaubourg museums in Paris and Metz, the Ramatuelle festival, celebrations such as the 30th anniversary of the Regional Contemporary Art Funds and even the promotion of artistic professions. The latter explains why Vranken is the partner of the spectacular exhibition "Cartier: Style and History", which displays – at the Grand Palais in Paris until

14th February – the jeweller's most beautiful creations. "Being a patron, means you subscribe to continuity", they say at Vranken. "Our commitments are linked to strong convictions, despite the economic crisis. Pommery is a brand that remains at the forefront, it's logical that it should be associated with contemporary art." It is therefore not a posture, but a real choice. The return on patronage investment cannot be measured easily. "But", Nathalie Vranken is pleased to say, "Pommery's reputation is growing. About 100,000 visitors have discovered the exhibition on the estate. It's one of the seven largest private exhibitions of contemporary art in France..."

Who mentioned the fleeting moment of fine bubbles?

*Louise's Soil* Dressed in bronze, the glass of this bottle invents the Cuvée Louise signature. Bronze is one of the strongest materials ever created. It's made from an intelligent combination of the weakest elements. Written in the chalk of Champagne, the gender of the French word for wine is masculine. But it has perpetuated and reinvented itself in the feminine gender for centuries. This has nothing to do with anybody's talent. The Cuvée Louise illustrates as much as it crowns the majesty of a wine that was said to be of thirst but came to be of silk. And maybe even 'of itself' as it lays so much claim to its own identity.

Bronze to be. By Pommery.

## The Spirit of Fouquet's in Paris by Barrière

At the – impeccable – service of a certain 'art de vivre' are 350 staff for 81 rooms, including 33 suites. Behind the stars of a top luxury hotel, there are teams at work. And talents.

New since 2006... New each day because the luxury hotel business in the Barrière spirit, a hundred years after the Group's creation, combines innovation and transmission on a daily basis. Sometimes, the famous French 'art de vivre' is perceived by some luxury tourism professionals as an old-fashioned, if not backward-looking, vision. But they forget that modernity does not necessarily mean a standardisation of places and spaces, uniformity in the quality of five-star service or the suppression of the talents of each individual. "Innovation is not the search for originality at any price, it is a rejection of all things



page 76



impersonal”, insists Dominique Desseigne, the president of Lucien Barrière Hotels and Casinos. When he decided seven years ago to open a top luxury hotel in Paris – something that hadn’t been seen in the capital since 1921 – his desire was to maintain an expertise where it could best be exhibited (in every sense of the term): on the Champs-Élysées. The imaginative architecture of Edouard François and the streamlined elegance of the interior decoration by Jacques Garcia accompany the discretion of impeccable service. Its director general, Fabrice Moizan, summarises it nicely when he says, “You’re at home when invited by Fouquet’s Barrière”. In all of the details of the life of a top luxury hotel, this expertise is the work of teams – 350 staff for 81 rooms, including 33 suites – and also of individuals whose talent has been recognised by “Best Worker in France” titles (such as the barman Stéphane Ginouves) or a star in the Michelin Guide (for the Diane restaurant and its chef Christophe Schmitt). Or else, by the recognition of Marlène Belvalette, the manager of the U Spa at Fouquet’s Barrière. A recognition that also became collective when the Fouquet’s Barrière Hotel received the award for the Best French Luxury Spa Hotel 2013. This was delivered

by the World Luxury Hotel Awards. It takes first place over all the most prestigious international trophies, which are exclusively intended to reward the most luxurious and elegant hotels in 67 countries. Being international while remaining you: that’s Paris by Barrière!

The Champs Élysées in green. Environmental preservation has become an important concern in luxury hotel management. The Barrière Group was the first in France to receive certification for the international standard ISO 14001, which advocates environmental management. The Fouquet’s Barrière Hotel has just been awarded a World Savers Award in the Preservation category.

It is one of 14 establishments (out of 174 candidates) to have received an award from the very influential American magazine Condé Nast Traveler. The choice was justified by the fact that the Fouquet’s Barrière Hotel “is saving energy and water and planting trees”.

Since 2006, the spirit of Barrière has had a Parisian address on the Champs Élysées. Along with the elegance of the luxurious comfort of its 81 rooms, including 33 suites, 750m2 are devoted to well-being in the spa (opposite), which offers the best treatments.

PERNOD SA au Capital de 40 000 000 euros - 120 avenue du Maréchal Foch - 94015 Créteil Cedex - 302 208 301 RCS Créteil



**BRUT SÉLECTION**

*Un champagne d’assemblage de Pinot Noir et de Chardonnay provenant exclusivement des cinq terroirs historiques de la Maison, tous classés 100% Grand Cru. Un vin gourmand et subtil avec une pointe de fraîcheur.*



WWW.GHMUMM.COM

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

Unique.  
La preuve par deux.

*Double Serum*<sup>®</sup>  
*Traitement Complet*  
*Anti-Âge Intensif*

Deux sérums en un qui concentrent 20 extraits de plantes parmi les plus performants dans un soin complet et intensif. Double Serum<sup>®</sup> agit sur tous les signes de l'âge : immédiatement le teint est éclatant, après 4 semaines, la peau est plus ferme, les rides réduites et les pores moins visibles<sup>1</sup>. Clarins, N°1 en France des soins de beauté haut de gamme<sup>2</sup>.

---

90<sup>0</sup>% des femmes le trouvent plus efficace que leur sérum habituel<sup>3</sup>, découvrez pourquoi.

---

1. Test de satisfaction, 197 femmes.  
2. Source : NPD BeautyTrends France, ventes valeurs et unités des produits de soin vendus en parfumeries, marques prestige, CAM octobre 2013.  
3. Test de satisfaction, 126 femmes, 4 semaines.

Disponible sur [www.clarins.com](http://www.clarins.com), en parfumeries et grands magasins.



# CLARINS