

COTE

M A G A Z I N E

AUTOMOBILE / MOTORING

En route pour l'émotion

En route for thrills

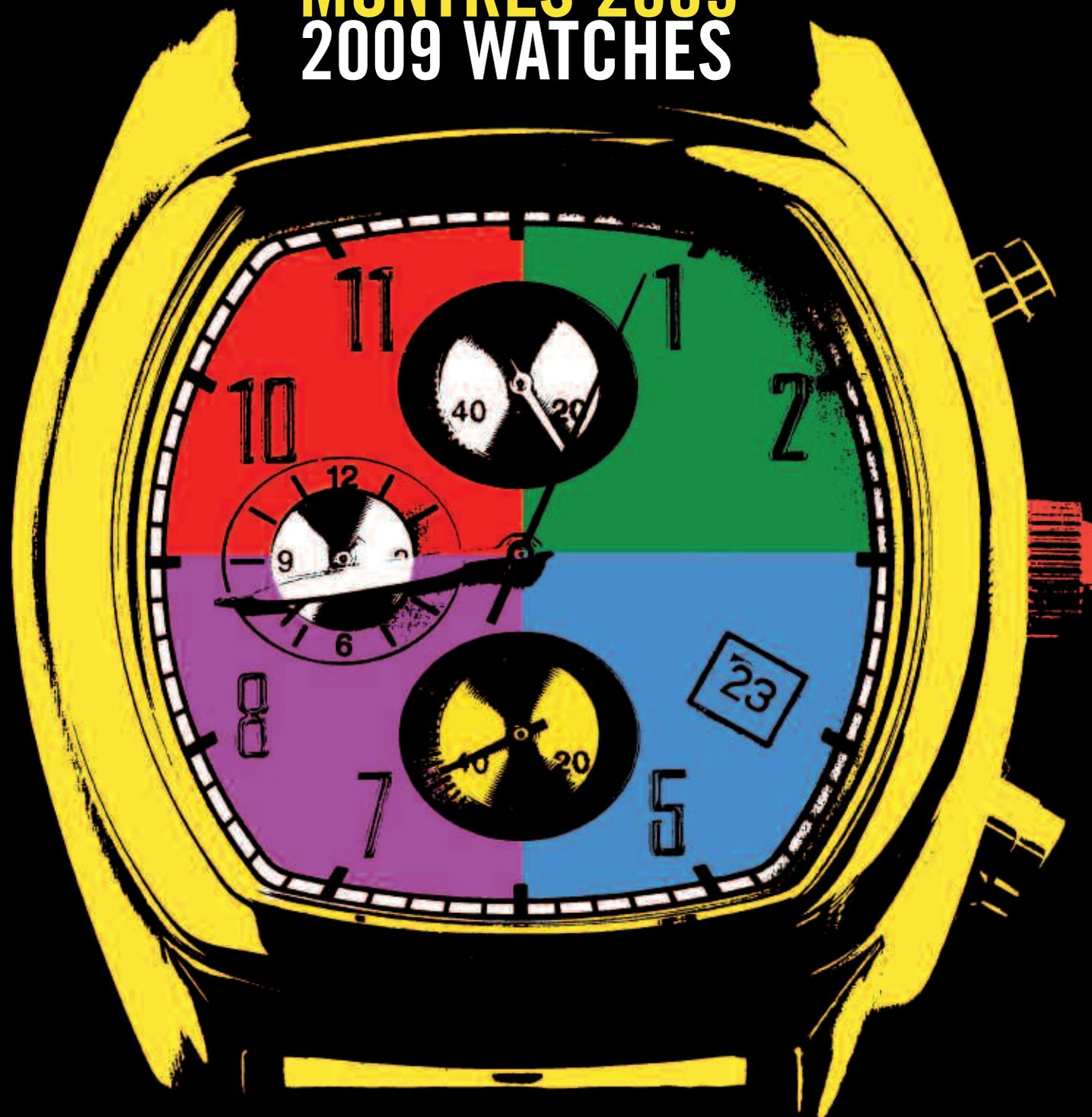
TOURISME / TOURISM

Les nouveaux hôtels de la Côte

The Riviera's new hotels

MONTRES 2009

2009 WATCHES



Offert
/ Free

MENTON - MONACO - NICE - ANTIBES - CANNES - SAINT-RAPHAEL - SAINT-TROPEZ

www.cotemagazine.com

**SUPERBE DE SIMPLICITÉ.
IMPRESSIONNANT DE FIABILITÉ.**

Le mouvement du Cosmograph Daytona est une parfaite illustration de l'expertise horlogère de Rolex. D'une élégante simplicité, il n'est composé que de 290 éléments, une prouesse par rapport aux autres chronographes. Son architecture exceptionnelle réduit la complexité et garantit une fiabilité accrue tout en maintenant un très haut niveau de précision chronométrique. Intégralement conçu et assemblé par Rolex, ce mouvement, doté d'éléments exclusifs tel le spiral Parachrom bleu, a nécessité plus de cinq ans de recherche. Ce même niveau d'innovation et de savoir-faire se retrouve dans toute la collection Rolex, preuve que chaque montre est un chef-d'œuvre, à l'intérieur comme à l'extérieur. **L'histoire continue sur rolex.com**



OYSTER PERPETUAL COSMOGRAPH DAYTONA
EN OR GRIS 18 CT

CORNER ROLEX

ZEGG & CERLATI
MONTE-CARLO

PLACE DU CASINO - TÉL. 00377 99 99 66 22 - WWW.ZEGG-CERLATI.MC

ROLEX

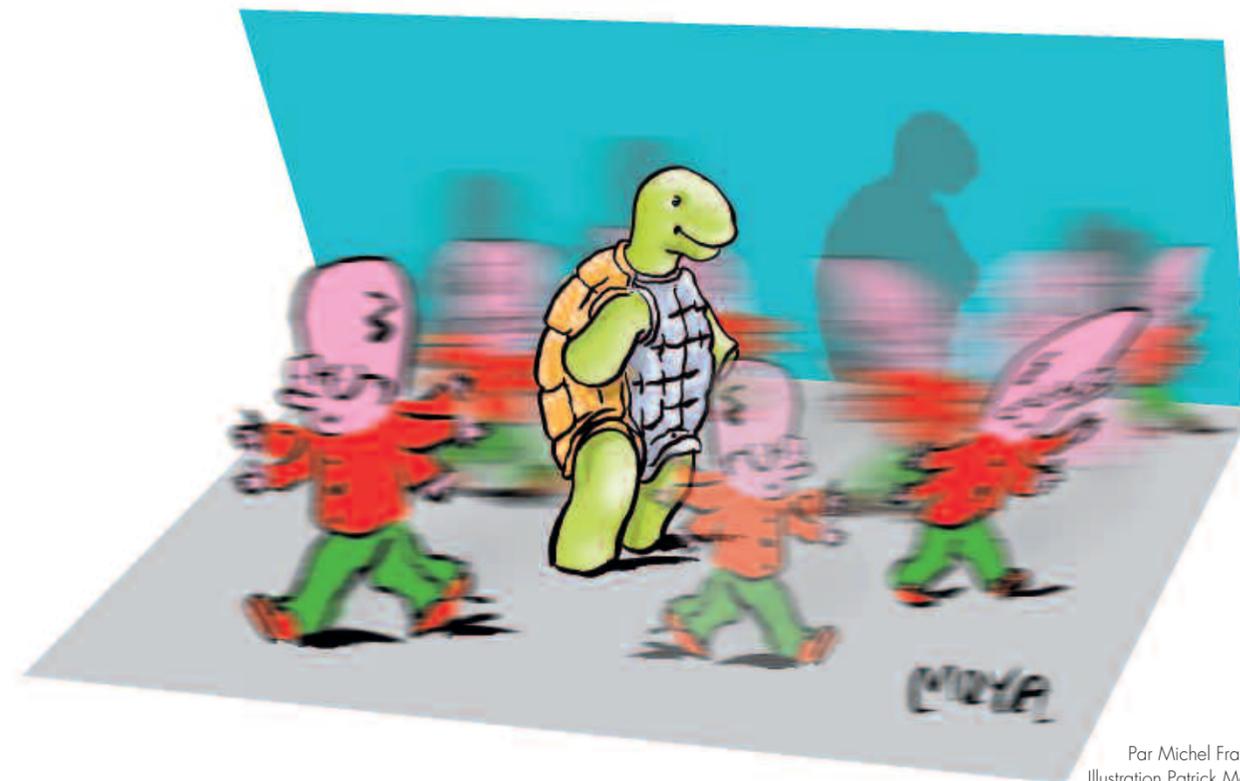


Route de Saint-Tropez - Commune de Gassin - 83580 - France
83@kubehotel.com - www.kubehotel.com

© concept by
MURANO
HOTELS & RESORTS

**KU
BE**
KUBEHOTEL.COM

A MEMBER OF
DESIGN HOTELS™



Par Michel Franco
Illustration Patrick Moya

Le bon tempo... Getting the tempo right

La crise nous oblige à calmer le jeu. Et, qui sait, à retrouver un rythme plus humain...

Prendre son temps, serait-ce prendre son pied ? Oui, répondent nombre d'épicuriens et d'écologistes, qui préconisent de calmer le jeu pour retrouver un équilibre perdu et, conséquemment, une salubre tranquillité d'esprit. On songe, à les écouter, à la célèbre fable de La Fontaine où le lièvre impatient est coiffé sur le fil par une très avisée et patiente tortue. La sagesse serait de ne pas se précipiter, de méditer et savourer chaque instant qui passe, plutôt que de s'agiter dans tous les sens, à la recherche d'une bien vaine performance.

CARPE DIEM

Cette forme de quiétude semble bien étrangère à nos sociétés modernes. La course est générale : à la fortune, à la gloire, au record... La crise présente peut nous aider à régler le tempo. À retourner à des valeurs plus stables. Au premier rang desquelles, la philosophie toute simple d'un *carpe diem* plein de mesure et d'humilité. Un message que nos décideurs et responsables politiques devraient intégrer à leur logiciel pour retrouver les chemins d'une croissance plus juste et harmonieuse.

The credit crunch is obliging us to ease up. And perhaps return to a more human pace of life?

Does taking your time mean getting the best out of life? Yes, answer many epicureans and ecologists, who advocate easing up so as to rediscover a lost equilibrium and consequently a salutary tranquillity of mind. Listening to them makes you think of La Fontaine's famous fable in which the impatient hare is pipped at the post by the sensible, patient tortoise. Wisdom, it seems, is not to rush headlong but to observe and savour each passing moment rather than agitatedly dispersing ourselves on a quest for spurious satisfaction.

CARPE DIEM

This form of tranquillity seems very foreign to our modern societies engaged in a concerted rush for everything: fame, fortune, records and the rest. The present recession can help us reset the tempo and again espouse more stable values, with in the forefront a very simple *carpe diem* (seize the day) philosophy full of moderation and humility. A message our political leaders and decision-makers should incorporate into their mental software so as to find the path to a fairer and more harmonious kind of growth.



PATEK PHILIPPE
GENEVE

Le début d'une longue histoire d'amour.



Nautilus Réf. 7010/1G,
bague Nautilus.

ZEGG & CERLATI

MONTE-CARLO

PLACE DU CASINO - Tél. +377 99 99 66 22



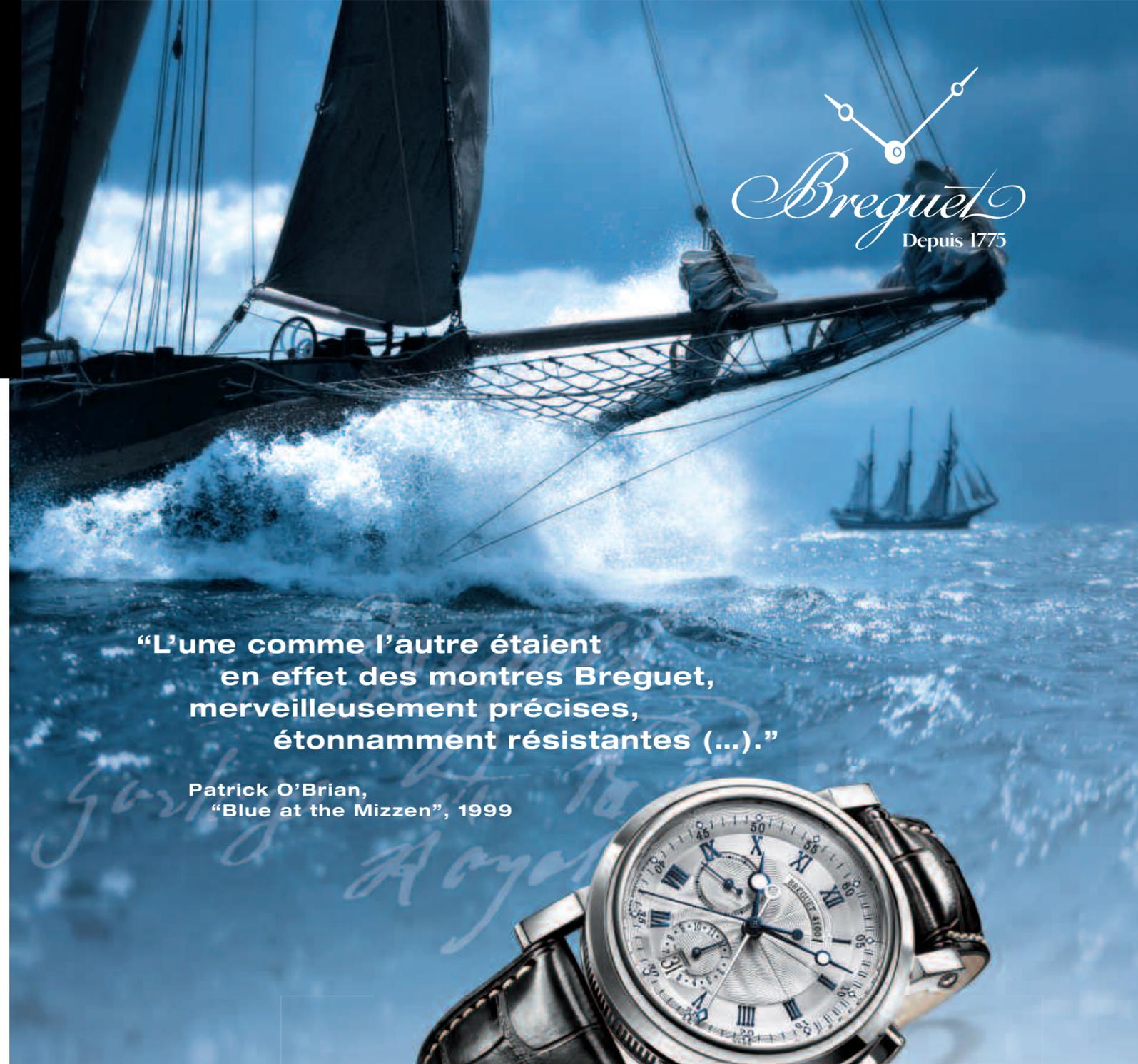
En couverture : Spécial Montres. ©IKO



Alfa Romeo 8C Spider.



Tag Heuer Monaco Concept.



Breguet
Depuis 1775

“L'une comme l'autre étaient en effet des montres Breguet, merveilleusement précises, étonnamment résistantes (...).”

Patrick O'Brian,
“Blue at the Mizzen”, 1999



Collection Marine - Chronographe avec Totalisateur des Minutes au Centre - 5827BB

www.breguet.com

Boutique et Musée Breguet, 6, Place Vendôme, 75001 Paris, tél. 01 47 03 65 00
Boutique Breguet, 26, La Croisette, 06400 Cannes, tél. 04 93 38 10 22

GENÈVE - VIENNE - LONDRES - NEW YORK - LOS ANGELES - DUBAI - MOSCOU - SINGAPOUR - TOKYO - SÉOUL

HUMEUR
MOOD

- 5 Cool, zen, profitons de la crise pour régler le tempo à mesure plus humaine...
- > Be cool, be Zen, let's use the credit crunch to set a more human tempo.

PORTRAITS

- 18 Zoom... sur David Bosmorin, qui veut mettre l'Europe en photos. Quant à Jérôme Malbrancq, il fait échec à la crise en lançant un produit de rasage inédit.
- > Close-up of... David Bosmorin pointing his camera at Europe. And Jérôme Malbrancq beating the recession with an unprecedented new shaving product.

ESSENTIELS
ESSENTIALS

- 24 **Au niveau local.** Boucheron relook sa boutique cannoise. Gucci ouvre un mégastore à Cannes, au sein de l'hôtel Majestic. Boccara réinvente l'art du tapis, et une nouvelle vague d'hôtels arrive sur la Côte. **Au niveau national.** C'est à Toulon, mais d'envergure nationale : le grand artiste Baselitz, un géant de l'art contemporain, présente ses œuvres récentes à l'Hôtel des Arts.
- > **Locally.** Boucheron revamps its Cannes shop. Gucci opens a megastore inside Cannes's Hôtel Majestic. Boccara reinvents the art of carpets. And a new wave of hotels hits the Riviera. **Nationally.** It's in Toulon and internationally important: the great artist Baselitz, a giant of contemporary art, is showing his recent works at Hôtel des Arts.

HORLOGERIE
WATCHES

- 55 Année 2009, année de crise? Pour les horlogers, c'est le temps des remises... à l'heure. Les tendances nouvelles sacrent les valeurs sûres, qui font figure de valeurs refuges. Retour donc aux designs de classe, aux mouvements de grand standing et aux marques de référence.
- > A bad year, 2009? For the watchmakers it's an opportunity to reset the clocks. New trends consecrate trusted names playing the role of blue-chip investments. So back to classy designs, top-notch movements and referential brands.

AUTOS
CARS

- 101 Foin de morosité, en 2009, vous roulez pour vous faire plaisir. Optez donc pour un modèle coup de cœur. COTE vous offre une sélection qui vous fera envie. Hi-tech, écolo, design, il y en a pour tous les goûts et les désirs...
- > Banish gloom in 2009 and drive for the sheer pleasure of it, starting with a car that really turns you on. COTE offers you a selection you can't resist: hi-tech, ecological, design... something for every taste and desire.

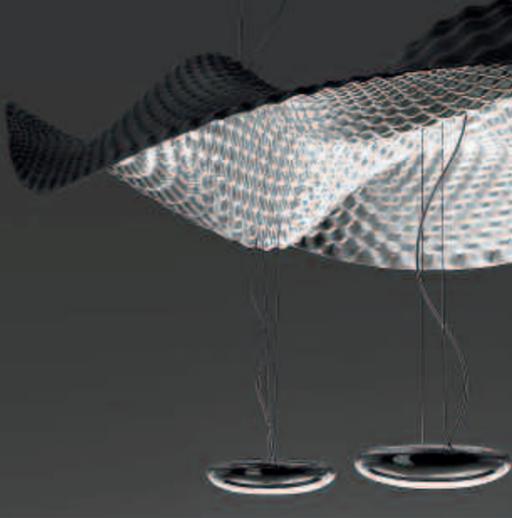
Audi A4 allroad.

Ferrari Chronograph

Fiat 500 Abarth.

Maison Jourdan.





Lignes fluides et aériennes pour Cosmic Angel.



Le concept de beauté globale de Cap Croisette.



Vue sublime à la Chèvre d'Or.

URBAN FOCUS

AGENDA

NEWS SHOPPING

**NEWS BEAUTÉ
BEAUTY**

**NEWS DÉCO
INTERIORS**

**NEWS SORTIR
GOING OUT**

**TROMBINOSCOTE
COTE'S GALLERY**

- 121** Le Théâtre de Verdure de Nice amorce une saison rock'n'roll haute en couleurs et en décibels!
> Nice's Théâtre de Verdure turns up the volume for a season that will really rock!
- 122** Les rendez-vous culturels de juin : pour préluder à un été intelligent!
> All June's cultural events, to get in practice for an intelligent summer!
- 128** Des foules d'idées pour se refaire un moral et looker dignement sous le soleil, précisément.
> Hosts of ideas for boosting your spirits and getting your looks right for the sun.
- 130** Se rafraîchir et se détendre, ce sont les deux mots-clés d'une mise en beauté printanière.
> Refresh yourself and wind down, the two keys to spring beautifying.
- 134** Un cocktail résolument design pour un été en lignes pures et couleurs éclatantes.
> A decidedly design cocktail for a summer of pure lines and stimulating colours.
- 139** Avec l'été, les terrasses ouvrent, et l'Italie est bienvenue. Zoom sur Nicole Spitz, directrice du Negresco.
> For summer the terraces open and we welcome Italy. Close-up of Negresco director Nicole Spitz.
- 147** COTE y était pour vous. Retour en images sur les moments forts de ce début de printemps.
> COTE was there for you. Photo flashback to the high points of early spring.

**PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE,
DIRECTEUR DE LA PUBLICATION :**
Claude Henri Menu c.menu@cotemagazine.com
assisté de Nathalie Duchesne
Tél. 04 92 12 65 02
n.duchesne@cotemagazine.com

DIRECTRICE DE LA RÉDACTION :
Kan Sperber - Tél. 04 92 12 65 03
k.sperber@cotemagazine.com

RÉDACTEUR EN CHEF :
Michel Franca - Tél. 04 92 12 65 04
m.franca@cotemagazine.com

DIRECTEUR DE LA FABRICATION :
Philippe Flautat - Tél. 04 92 12 65 10
flautat@cotemagazine.com

RÉDACTION
Auto, Déco, Resto, Nuit : Alexandre Benoist (65 08)
a.benoist@cotemagazine.com
Mode, Bijoux, Horlogerie : Michel Franca (65 04)
Culture : Mireille Sartore (01 42 86 58 57)
m.sartore@cotemagazine.com
Hélène Jourdan-Gassin (Art)
Carole Court (Immobilier), José Dalmas (Économie)
Jean-Michel Sordello (Photos)
Patrick Moya (Illustration)
Claude Charvin (Photos)
Sue Budden (Traduction) sue@suebudden.co.uk

STUDIO
DIRECTEUR ARTISTIQUE : Vincent Artus (65 18)
v.artus@cotemagazine.com

INFOGRAPHISTES :
Regina Ouvarova (65 21) r.ouvarova@cotemagazine.com
Yvan Soulier (65 15) y.soulier@cotemagazine.com
SECRETARIAT DE FABRICATION : Christine Assimon
(65 12) c.assimon@cotemagazine.com

COMPTABILITÉ
Directrice administrative : Brigitte Fabre (65 05)
b.fabre@cotemagazine.com assistée de Patricia Roux
(65 22) p.roux@cotemagazine.com

ABONNEMENT : abonnement@cotemagazine.com
DIFFUSION : Souheir Georget (65 19)
s.georget@cotemagazine.com
ACCUEIL : Sophie Diolosa s.giaume@cotemagazine.com

PUBLICITÉ
DIRECTRICE COMMERCIALE : Catherine Sarachmann
Tél. 04 92 12 65 06 c.sarachmann@cotemagazine.com
assistée de Chloé Chesneau (65 23)
c.chesneau@cotemagazine.com
DIRECTEUR DE LA PUBLICITÉ : Jacques Magueur (65 07)
j.magueur@cotemagazine.com
CHEFS DE PUBLICITÉ : Catherine Duponchel (65 17)
c.duponchel@cotemagazine.com
Sylvie Rudawer (65 27) s.rudawer@cotemagazine.com
Nathalie Marmi (65 16) n.marmi@cotemagazine.com
ASSISTANTE DIRECTION COMMERCIALE :
Souheir Georget (65 19) s.georget@cotemagazine.com
MARKETING & RELATIONS PUBLIQUES :
Barbara Mazzone (65 26)
b.mazzone@cotemagazine.com

LES ÉDITIONS COTE
Société Anonyme au capital de 500 000 euros
Siège social : Cap Var, Bât. D2 avenue G. Guynemer,

06700 Saint-Laurent-du-Var - Tél. 04 92 12 65 00
Internet : www.cotemagazine.com

COTE PARIS
Directeur délégué d'édition : Eric O'Neill
Chef de publicité : Céline Abadie
Tél. 01 42 86 58 55 c.abadie@cotemagazine.com
8 rue Auber, 75009 Paris - Tél. 01 42 86 58 50

COTE MARSEILLE PROVENCE
Directrice : Dominique Juan
Tél. 04 91 71 86 42 - Fax 04 91 71 86 49

COTE LYON
Éditeur : Olivier Cerdan
Directrice de la publicité : Florence Slama
Tél. 04 72 77 71 21 - Fax 04 72 77 71 20

COTE GENÈVE Éditeur : Olivier Cerdan
Tél. +41 22 736 56 56

BEREG Magazine russe
AMOUAGE Magazine du monde arabe
WAN JIA Magazine chinois

MONTE-CARLO SOCIETY Le magazine
de Monte-Carlo SBM - Directrice de la publicité :
Lina Cappellini - Tél. 04 92 12 65 24
lina@leseditions.cote.com

Photogravure : Secur-it.com / Impri-
merie : Rockson



La reproduction même partielle
des articles et illustrations publiés
dans COTE est interdite.
Tirage du numéro 25 000 ex.
OJD 2007 diffusion moyenne 26517 ex.
ISSN 1152-6351

2007



Art. SPR25L prada.com

PRADA
eyewear

PIAGET POLO FORTY FIVE



BOÎTIER EN TITANE,

FOND SAPHIR,

MOUVEMENT AUTOMATIQUE MANUFACTURE PIAGET 880P,

CHRONOGRAPHE FLYBACK,

DOUBLE FUSEAU HORAIRE,

DOUBLE BARILLET,

BALANCIER À VIS,

ÉTANCHE À 100M,

BRACELET EN CAOUTCHOUC.



PIAGET



ARABESQUE
POMELLATO



00800-14032002 pomellato.com

MONTE CARLO · C.C. LE METROPOLE, 17 AVENUE DES SPELUGUES · +377 97976585

AUCUNE AUTRE MANUFACTURE

HORLOGÈRE NE PEUT RÉALISER CETTE IMAGE.



Unique au monde, notre collection de mouvements mécaniques possède un éventail inégalé de formes, de designs et de complications : à chaque montre, son propre calibre, entièrement réalisé sous notre toit. Au cours de nos 175 ans d'histoire, nous avons créé plus de 1000 mouvements différents – ce coffret dévoile une partie des 60 actuellement en fabrication. Un record absolu dans l'histoire de l'horlogerie.

AVIEZ-VOUS DÉJÀ PORTÉ UNE VRAIE MONTRE ?


JAEGER-LECOULTRE

Boutique Jaeger-LeCoultre

27, rue d'Antibes

06400 CANNES - FRANCE

Tél. : +33 (0)4 93 38 18 17

David Bosmorin

Euro homme, heureux homme !
Euro-man, happy man!

Il s'apprête à exposer un projet photographique ambitieux, sa vision de l'Europe à travers 11 villes. Le directeur associé de l'agence OPS2 partage sa vie entre communication et reportage. Mais qu'est-ce qui fait courir David ?

Curieux, avide d'ailleurs, David Bosmorin, né à Nice en 1967, entame un parcours d'étudiant en communication aux USA (Michigan), qui s'achève quatre ans plus tard à Montréal avec un mémoire sur « les stratégies de contenus adaptés aux nouveaux médias ». À l'orée des années 90, le multimédia tisse sa toile. David part à sa rencontre en Europe puis en Inde où il pilote plusieurs projets avec des équipes de développement informatique. Au regard de la technologie du moment, déjà une aventure en soi qui élargit son champ de vision. Durant trois ans, il acquiert les bases managériales, avec une soif inextinguible d'autonomie qui lui offrira la liberté de ton qui est aujourd'hui sa signature.

OPS2

Sa rencontre avec Didier Palla donne naissance, en 2002, à l'agence OPS2 au sein des Studios Riviera. « J'avais un besoin urgent de créer, mais dans un cadre structuré ». À cette époque naît aussi l'idée d'un road-movie européen. « L'Europe monétaire fut une prise de conscience. Elle révéla une méconnaissance de nos voisins qu'il fallait combler, un devoir de citoyen » explique-t-il avant de rajouter : « En matière de multimédia, je saturais et le besoin de maîtriser une discipline à part entière s'est fait sentir ». Alors, David revient à ses premières amours. « Dès 4 ans je taquinai la photo, à 10 ans avec un Polaroid offert par ma marraine, à 18 ans avec le Pentax de mon père ingénieur à IBM ». Tout en posant l'identité de l'agence, il planche sur l'image du vieux continent en mutation. Un parcours artistique qui s'étendra sur six ans, « cinq ans de voyage, pour couvrir une quinzaine de destinations, plus un an de fabrication ». Un défi à la mesure de celui qui, professionnellement, en relève d'autres au point que OPS2 devient l'une des rares agences azuréennes à détourner de la capitale autant d'appels d'offres institutionnels que privés. Car le binôme opère, David se concentrant sur la stratégie de développement grâce à son potentiel créatif.

Europa : signe des temps

Cette expertise lui permet parallèlement de finaliser le projet *Europa*. Un parcours fait d'itinérance et d'exploration subjective au sein d'une Europe multiculturelle où « il se sent partout chez lui ». L'homme d'action qui s'est nourri de rencontres a accumulé, pays après pays, une matière première qu'il recompose comme un puzzle. Rites consuméristes, codes urbains et architecturaux, sous les signaux des villes communicantes ; le patrimoine surgit par le détail. « J'ai gommé le spectaculaire – mon métier m'a appris à faire la différence – et canalisé le ressenti dans une forme cohérente. Le carnet de voyage est devenu une œuvre abstraite avec son propre langage. L'anti-tourisme de papa ! », avoue en riant ce baroudeur qui, derrière sa barbe savamment entretenue, s'avère aussi un homme de réflexion, un esthète qui creuse son sillon. Au final, 11 villes sont mises en scène, dans des caissons rétro éclairés. Berlin, Gênes, Copenhague, Rome, Vienne, Londres, Stockholm, Lisbonne, Séville, Dublin et Athènes surgissent de la nuit comme un story board à la Wenders pour se révéler dans leur unité communautaire comme dans leurs spécificités culturelles.

Une installation qui investira du 3 au 13 juin le MUSEAV à Nice pour prendre ensuite la route de Vienne et de Barcelone. Quant à son géniteur, toujours sur le départ, il pense déjà à sa prochaine escale !

He's preparing to exhibit an ambitious photography project: his vision of Europe through 11 cities. The co-director of the OPS2 public relations agency divides his time between work and photojournalism. So what makes David tick?

Curious, avidly so even, David Bosmorin (born Nice 1967) began studying public relations in the USA (Michigan) and graduated four years later in Montreal with a thesis on "strategies for content adapted to the new media". In the early 1990s multimedia was spreading its tentacles. David went off to explore it in Europe, then India where he piloted several projects with systems development teams. This immersion in the latest technology proved to be a real adventure that broadened his field of vision. Over three years he acquired managerial skills, plus an unquenchable thirst for the autonomy that would give him the freedom of approach that is today his signature.

OPS2

Then he met Didier Palla and in 2002 they set up OPS2 together in Studios Riviera. "I desperately needed to be creative, but within a structured framework." This was also when the idea for a European 'road movie' surfaced. "Single-currency Europe was a wake-up call. It revealed a lack of knowledge of our European neighbours that had to be rectified, as a civic duty," he explains, adding: "I was feeling bogged down in multimedia plus a need to thoroughly master one discipline was growing." So David returned to a first love. "From four years old I dabbled in photography, at 10 with a Polaroid given to me by my godmother, at 18 with the Pentax belonging to my father, an IBM engineer." So while establishing his agency's identity he also studied the image of a mutating old continent, an artistic process that would last six years, "five years travelling to photograph around 15 cities, then a year putting it all together". A challenge right up the street of a man who in his job regularly takes up others, so successfully that OPS2 is now one of the few Riviera agencies to snatch so many public and private contracts from under Parisian noses.

Europa: sign of the times

This expertise additionally enabled him to finish his *Europa* project, an overview built up from moving around and subjectively exploring a multicultural Europe in which he "feels at home everywhere". Country after country, our man of action fed on his encounters and accumulated a raw material that he recomposed like a jigsaw. Consumer rites, urban and architectural conventions, communication signals between cities... the heritage emerged in the detail. "I banished the spectacular – my profession has taught me to tell the difference – and channelled my impressions into a coherent form. The travelogue became an abstract work with its own language. The antithesis of normal tourism!" laughs the wanderer with the neatly trimmed beard who proves to be a thinker and aesthete too. The end result is 11 cities 'staged' in backlit light-boxes: Berlin, Genoa, Copenhagen, Rome, Vienna, London, Stockholm, Lisbon, Seville, Dublin and Athens rising up from the night like a Wenders storyboard to reveal both their unifying features and their cultural specificities.

David's installation is on show from 3 to 13 June at the MUSEAV, Nice, and will then travel to Vienna and Barcelona. Its creator is again on the starting blocks, already thinking about his next challenge!



Jérôme Malbrancq

Innovation rasage
Innovative shaving

Par Alexandre Benoist - Photo Jean-Michel Sordello/P.A.

This young company boss proves that with ideas and audacity it's possible to bounce back and innovate in a sector as competitive as cosmetics.

It's an inspiring story, that of a man, Jérôme Malbrancq, and a product, a shaving fluid. A human adventure resulting in an innovation that must be making the cosmetics giants' hair stand on end. Yet Jérôme Malbrancq is no cosmetics pro, he'd never set foot in a laboratory. His trade: spectacles. His position: managing director of the family firm in Oyonnax, Rhône-Alpes, in the heartland of French plastics processing. "For 30 years we specialised in manufacturing spectacle frames for a big French brand." Everything was going perfectly until the day that client was bought out by an American firm. Delocalisation, factory closed down, 240 people out of work. "There was no other solution because that entire business was in the doldrums." A huge shock at 35 years old. Jérôme and his wife left Plastics Valley and went to live in Marrakesh where he "did a bit of real-estate development". But mainly cleared his mind and asked himself a few questions. "I had quite some ideas – volume retailing, bakery and what have you – but my overriding goal was to do something I really wanted to. The idea of working in cosmetics gradually grew on him. "We already had contacts in that sector because my company had developed a secondary business of heat stamping for certain industrialists. I've always been attracted to the cosmetics world and I preferred the idea of developing that kind of products to selling nuts and bolts!" So he set himself the challenge of asking a Grasse laboratory to perfect a brand new shaving product, destined for a market occupied by giants. "Although there were lots of products on the market (gels, foams etc), I felt none of them were really effective." So Caste was born, a non-greasy moisturising fluid based on almond oil and active ingredients that lubricate and soften. An attractively packaged product, unprecedented in formula, that's practical to use. It's translucent, gives a very close shave and doesn't froth so doesn't obstruct the razor blade and leaves the washbasin clean. Plus it comes in a handy 30ml bottle (enough for three months use) so you can even carry it on the plane in your hand luggage. A product that doesn't split hairs, you could say!

Ce jeune patron prouve qu'avec des idées et de l'audace on peut rebondir et innover dans un secteur aussi concurrentiel que celui de la cosmétique.

C'est une belle histoire. Celle d'un homme, Jérôme Malbrancq, et d'un produit, un fluide de rasage. Une aventure humaine à l'origine d'une innovation qui prend à rebrousse-poil les standards du secteur. Pourtant Jérôme Malbrancq n'est pas un pro de la cosmétique. Il n'avait jamais mis les pieds dans un labo. Son métier : les lunettes. Son poste : directeur général de l'entreprise familiale située à Oyonnax en Rhône-Alpes, au cœur de la plasturgie française. « Depuis 30 ans, nous étions spécialisés dans la fabrication de montures pour une grande marque nationale ». Tout allait pour le mieux dans le meilleur des mondes, jusqu'au jour où son principal client se fait racheter par une entreprise américaine. Délocalisation de la production en Asie, fermeture de l'usine, deux cent quarante personnes sur le carreau. « Il n'y avait pas d'autre solution, car toute l'activité liée à la plasturgie était sinistrée. » À 35 ans, le choc est rude. Il quitte la Plastics Valley avec sa femme et s'installe à Marrakech « faire un peu de promotion immobilière ». Et surtout pour se laver la tête et se poser des questions. « J'avais pas mal de projets, grande distribution, boulangerie... mais mon but était de faire ce que j'avais envie de faire. » L'idée de travailler dans la cosmétique fait son chemin. « Nous avions déjà des contacts avec ce secteur car mon entreprise avait développé une petite activité de marquage à chaud pour certains industriels. J'ai toujours eu une attirance pour cet univers et cela me plaisait plus de développer ce type de produits que de vendre des écrous ou des boulons ! » Il se lance alors le défi, un peu comme David, de faire appel à un laboratoire grassois pour mettre au point un produit de rasage entièrement nouveau destiné à un marché occupé par des Goliath. « Si les offres étaient nombreuses, gels, mousses, je trouvais qu'il n'y avait pas de produit véritablement efficace ». Caste était né. Un fluide non gras et hydratant à base d'huile d'amande et d'actifs lubrifiants et émoullissants. Un produit à la formulation inédite et pratique dans son utilisation. Translucide, il permet un rasage précis. Non moussant, il n'obstrue pas la lame du rasoir et laisse, au grand bonheur de madame, le lavabo propre... Joliment packagé, il ne dénotera pas dans votre salle de bains. De petite contenance, 30 ml (3 mois d'utilisation), vous pourrez enfin prendre l'avion avec. Bref, un produit qui arrive pile-poil !
www.caste-cosmetic.com

BOCCARA
DESIGN

PARIS - MOSCOW - CANNES

Luxury silk rug & French rug



www.boccaradesign.com

Place du Commandant Lamy, 06400 CANNES
Tel: +33 4 93 38 10 82 E-mail: riviera@boccaradesign.com

GE | GUY ELLIA

«TIME SPACE»
QUANTIÈME PERPÉTUEL

EN VENTE CHEZ ON SALES AT

arije

PARIS

50, RUE PIERRE CHARRON
+ 33 (0)1 47 20 72 40

30, AVENUE GEORGE V
+ 33 (0)1 49 52 98 88

CANNES

HÔTEL CARLTON
58, BOULEVARD DE LA CROISSETTE

www.guyellia.com

Baselitz toujours sur le front...

par Mireille Sartore



L'artiste photographié dans son atelier par son épouse Elke. Georg Baselitz, "La direction juste vers l'étoile d'or", 2007 (Série Remix). A droite, "Un peintre moderne", 2007 (Série Remix).

En France, la dernière rétrospective consacrée à Georg Baselitz eut lieu en 1996 au Musée d'Art moderne de la Ville de Paris. À l'hiver 2008, sa galerie parisienne Thadaeus Ropac lui consacrait une exposition à l'occasion de son 70^e anniversaire. Avant ? Après ? À peu près rien... Ce qui vient confirmer le profond et durable dédain du public français à l'égard de l'art allemand et donc pour Baselitz, estimé pourtant par Gilles Altieri qui l'expose ce mois-ci dans « son » Hôtel des Arts de Toulon, « comme l'un des monuments de la peinture des cinq dernières décennies. » Le simple envoi de quelques catalogues d'exposition et d'une vidéo du lieu a fini de convaincre le néo-expressionniste allemand qui a reçu « très sympathiquement » le directeur varois dans sa maison près de Munich, tout juste achevée par le duo suisse Herzog & de Meuron (auteurs du Tate Modern Museum à Londres et du stade de Beijing).

Un jeune peintre de 71 ans

Le « vieux rêve » d'Altieri d'exposer Baselitz enfin réalisé, le thème de la rencontre s'est imposé comme une évidence : « montrer uniquement les œuvres exécutées au cours de la dernière décennie par un jeune peintre de 71 ans à l'esprit farceur », explique Gilles Altieri, également curateur. « Depuis son entrée fracassante sur la scène de l'art en 1963 avec deux toiles condamnées par la justice pour indécence publique, dont *La grande nuit foutue* représentant un homme visiblement en train

de se masturber, l'artiste n'a jamais dérogé à ses objectifs : bousculer l'ordre établi, choquer le bon goût, s'attaquer aux icônes de l'art. » Dans les années soixante, l'homme peint des œuvres sombres aux matières épaisses, « presque bourbeuses », représentant des forêts, des paysages désolés, sans considérations esthétiques. Plus tard, la couleur fait son apparition mais le peintre impose sa singularité en disposant les motifs à l'envers « qui immédiatement le distingue de tous les autres artistes et assure sa célébrité internationale. »

A partir de 1995, le « peintre matériste par excellence » change de « méthode » bien décidé à engager une nouvelle bataille – l'artiste a subi le nazisme et le régime communiste de la RDA où il est né. Profondément allemand (« ce à quoi je ne pourrai jamais échapper »), Baselitz fouille dans son enfance et l'histoire de son pays pour y puiser de nouvelles inspirations. Sa peinture se délaye, devient « aussi mince que de l'eau, sans contours » semblable à des aquarelles. « Il réinterprète également ses tableaux les plus célèbres du tout début – dont la série *Remix* qu'on pourra voir chez nous. » Georg Baselitz fera spécialement le déplacement le jour du vernissage, le vendredi 12 juin à 18h30.

236 boulevard Général Leclerc, Toulon. Du mardi au dimanche, de 11 h à 18 h. Tél. 04 94 91 69 18 - www.hdatoulon.fr

Du 13 juin au 27 septembre, l'Hôtel des Arts de Toulon crée l'événement en accueillant Baselitz et ses œuvres récentes.

Baselitz battles on

From 13 June to 27 September, Toulon's Hôtel des Arts headlines with Baselitz and his most recent artworks.

The last French retrospective on Georg Baselitz was in 1996 at the Musée d'Art Moderne in Paris. In winter 2008 the artist's Paris gallery gave him an exhibition to mark his 70th birthday. What else? Well virtually nothing... which just goes to prove the French public's deep and lasting disdain for German art and therefore for Baselitz himself, nonetheless esteemed by Gilles Altieri who this month devotes an exhibition in "his" Hôtel des Arts in Toulon to the artist he considers "one of the most important painters of the last fives decades."

A young painter aged 71

Altieri's "old dream" of exhibiting Baselitz having come true, it was immediately evident that the theme should be meetings and the exhibition should "display only works produced during the last decade by a young painter of 71 with a mischievous nature," explains Altieri, who's also curating the exhibition. "Since Baselitz burst onto the art scene in 1963 with two paintings condemned by the courts for public indecency – one being *The Big Night Down the Drain* depicting a man quite obviously masturbating – he's never departed from his objectives of upsetting the established order, shocking good taste and attacking the icons of art." In the 1960s the artist produced sombre works in thick, "almost muddy", paint, depicting forests and desolate landscapes devoid of aesthetic considerations. Later colour made its appearance but the painter demonstrated his singularity by placing his subjects upside down, "which immediately distinguished him from all other artists and guaranteed him international fame". From 1995 this "painterly artist par excellence" changed his method with the firm intention of engaging in a new battle devolving from the fact he had been subjected to Nazism and the Communist regime in the GDR where he was born. Profoundly German – "from which I can never escape" –, Baselitz delved into his childhood and his country's history to draw new inspirations. His paint thinned down until it became "as liquid as water, without contours", similar to watercolours. "He also reinterprets his most famous pictures "from his earliest years, including the *Remix* series that we're showing". Baselitz himself is coming to attend the vernissage on Friday 12 June at 6.30pm.

PLACE DU CASINO - MONTE CARLO - PRINCIPAUTÉ DE MONACO - TEL. : (377) 93 25 01 79 WWW.LANVIN.COM



LANVIN
PARIS

Un festival Gucci à Cannes

par Michel Franca



Le nouveau concept des boutiques Gucci (ici Monaco) qu'on retrouvera à Cannes, dès la mi-juin. Et la ligne New Jackie, réinterprétation moderne du sac iconique.

La célèbre griffe s'installe dans un nouvel espace au cœur du prestigieux hôtel Majestic.

A festival of Gucci in Cannes

The famous label moves into new premises right inside the prestigious Majestic hotel.

Toujours plus, cela semble être la marque du Gucci Group sur la Côte d'Azur. Après l'ouverture d'un véritable Palais des Mille et Une Nuits de la Mode avenue de Monte-Carlo à Monaco, Gucci déménage sa boutique cannoise pour s'installer au cœur de l'hôtel Majestic, l'un des plus beaux palaces de La Croisette. En face, la mer et, pas très loin, le célèbre Palais des Festivals qui accueille le Festival International du Film, dont la 62^e édition s'est tenue du 13 au 24 mai 2009. Le décor est donc planté. On pourrait dire qu'en soi, il est très Gucci. La grande marque italienne, créée en 1921 à Florence par Guccio Gucci, est habituée des castings prestigieux et des distributions jet-set. Installée à Cannes dès 1979, au pied du Gray d'Albion, elle se déplace d'une petite encablure pour investir de nouveaux locaux au sein même du Majestic et se rapproche ainsi des célèbres marches du Palais des Festivals.

Un nouveau concept

Au passage, elle s'agrandit et intègre un tout nouveau concept de boutique, imaginée par Frida Giannini, la directrice artistique de la marque. Développé sur deux niveaux, ce nouvel espace bénéficie de 550 m² luxueusement agencé et décoré. L'aménagement intérieur propose des « open spaces », orchestrant de nouveaux matériaux qui créent, selon les responsables de Gucci, « une atmosphère chaleureuse ainsi qu'une lumière naturelle aux effets spectaculaires ». Ce décor, poursuivent-ils, apporte « une modification des codes tra-

ditionnels des boutiques et symbolise le nouveau concept contemporain de Gucci au XXI^e siècle. » Frida Giannini a donc profité de cette réouverture pour définir un « style » plus adapté à l'époque actuelle. La créatrice confirme ainsi l'image dynamique et glamour, qui lui a valu de conforter sa position au sein du groupe, mais aussi de devenir l'un des designers de mode les plus prisés non seulement en Italie, mais aussi au niveau international. Cette boutique confirme, en tout cas, l'avancée du Gucci Group qui comptait fin 2008 258 boutiques à travers le monde. Cannes fait désormais figure de flagship. On y retrouvera tout l'univers de la marque. Le rez-de-chaussée est dédié aux sacs, à la petite maroquinerie, à la joaillerie, aux lunettes, aux foulards ainsi qu'au prêt-à-porter et aux chaussures pour femmes. L'étage inférieur présente le prêt-à-porter et les chaussures pour hommes ainsi que les bagages.

La boutique propose aussi une série de services personnalisés et exclusifs dans la grande tradition de la marque. Bref, c'est une superproduction que Gucci présente à Cannes, avec effets spéciaux et mise en scène spectaculaire. On a aucun mal à imaginer que le casting comme le public seront à la mesure des moyens mis en œuvre. Les stars et les VIP devraient y figurer en tête d'affiche. Confirmant, si besoin était, la légende dorée de Cannes et le rayonnement intact d'une griffe mythique.

Hôtel Majestic, 10 La Croisette

"Always more" would seem to be the Gucci Group's Côte d'Azur motto. After opening a real Arabian Nights fashion palace on Avenue de Monte-Carlo in Monaco, Gucci has now moved its Cannes shop inside the Majestic, one of the Croisette's finest luxury hotels. The sea opposite, a little further along the famous Palais des Festivals that hosts the International Film Festival – the scene is set and you might say that in itself it's very Gucci. The great Italian label that Guccio Gucci launched in Florence in 1921 is well used to prestigious casts and jet-set distributions. Established in Cannes since 1979, at the foot of the Gray d'Albion, it's now moved a stone's throw to be closer to those famous steps leading up to the Palais des Festivals.

A new concept

In the process it's grown bigger and incorporated a brand new shop concept dreamt up by Frida Giannini, the brand's artistic director. These new premises cover 550m² on two floors, all luxuriously fitted out and decorated. The interior layout creates open spaces and employs new materials that Gucci's management describe as creating "an inviting atmosphere with natural lighting giving spectacular effects". The decor, they continue, "modifies the traditional shop codes and symbolises the new contemporary concept of 21st-century Gucci". So Frida Giannini took advantage of this reopening to define a style more suited to today, thereby confirming the dynamic glamour image that has enabled her to consolidate her position within the group but also to become one of today's most highly prized fashion designers.

In any case, this shop confirms the Gucci Group's progress. By late 2008 the group had 258 shops worldwide and Cannes now stands as the flagship where you'll find the brand's entire world. The ground floor is given over to bags, leather accessories, jewellery, eyewear, scarves and women's ready-to-wear and shoes while the lower floor displays the men's ready-to-wear and shoes plus the luggage. The shop also offers a range of personalised and exclusive services in the brand's great tradition. Put succinctly, Gucci has brought to Cannes a superproduction complete with special effects and a spectacular mise en scène.



WWW.SWAROVSKI.COM/MONTRES



OCTEA SPORT

SWAROVSKI

© 2009 SWAROVSKI AG

Boucheron Un nouvel écrin sur La Croisette

Par Michel Franca - Photo Jean-Michel Sordello / P.A.



Le joaillier a refait sa boutique cannoise dans un esprit glamour très contemporain.

Boucheron A new showcase on the Croisette

The jewellery house has redesigned its Cannes shop in a highly contemporary glamour style.

Pas de Croisette sans joailliers. Toutes les grandes signatures de la haute joaillerie, mais aussi de la haute horlogerie, y sont présentes, comme autant de bijoux enchâssés dans le miroir scintillant d'une mer d'émeraude, où se reflètent les plus beaux palaces du monde. La jet-set et les stars du monde entier ont ici leurs habitudes. De villégiatures dorées en Festivals du Film, elles ont fait la gloire de ce petit port de pêcheurs, qui s'est hissé au premier rang mondial des capitales touristiques, mais aussi de la communication. Depuis plus d'un siècle, Cannes tutoie la légende et les joailliers en sont les acteurs obligés. Grand nom de la place Vendôme, qui a fait de Paris le temple mondial de la très haute joaillerie, Boucheron fait partie de ce casting de prestige. Installé au numéro 17 de La Croisette depuis 1989, il vient de refaire entièrement sa boutique, histoire de changer sinon la partition du moins son interprétation.

Plus grand, plus beau

Nouvelles installations donc, après de longs mois de travaux, un espace agrandi (90 m²), un nouveau décor et une nouvelle atmosphère, qui préservent l'image et le style de la Grande Maison, mais les projettent vers l'avenir. Matériaux précieux et couleurs signés Boucheron ont été convoqués pour parfaire cette métamorphose. Le résultat est à la mesure des attentes : chaleureux et élégant, intense et luxueux, mais sans ostentation inutile. L'accord est parfait, dans les harmonies et les formes, avec des collections de bijoux et de montres qui savent capter l'air du temps, sans rien céder sur l'essentiel : l'esprit Boucheron. Depuis plus d'un siècle (elle a fêté ses 150 ans l'année dernière), la Grande Maison conjugue les pierres les plus belles, les couleurs les plus variées et des formes innovantes où les motifs classiques (fleurs, animaux, etc.) trouvent des accents très contemporains, grâce à une créativité toujours en éveil.

Tout ce monde de brillance et de beauté se retrouve dans la nouvelle boutique cannoise. Elle propose en effet un panorama complet des collections de bijoux emblématiques : Tentation Macaron, Exquises Confidences, Le Bestiaire, Trouble et Quatre. On pourra aussi y découvrir les collections de montres, qui n'ont cessé de se développer dans un style très personnel. Ainsi, l'indémontable Reflet, icône de la marque créée en 1947, donne le « la » d'une riche partition où brillent deux autres modèles qui sont d'ores et déjà devenus des références : la Ronde et la MEC. La magie créatrice, plus que jamais, est présente. Chaque saison, elle ajoute de nouveaux épisodes à une histoire qui, à l'instar des plus beaux diamants, semble « éternelle ». Le Festival de Cannes 2009, 62^e du nom, a donné le coup d'envoi de ce Boucheron nouveau, que les stars venues du monde entier auront eu à cœur d'étreindre, en portant sur les célèbres marches les plus somptueuses de ses créations.

Cannes, 17 La Croisette - Tél. 04 93 38 96 96

The Croisette would be nothing without its jewellers. All the biggest names in the highest class of jewellery, and indeed timewear, rub shoulders along it; jet-setters and celebs from all around the world are regulars. Through de-luxe holidays and Film Festivals they've made the reputation of the little fishing harbour that's grown into one of the world's leading tourist destinations but also a public-relations capital. For more than a century Cannes has been a legend in its own right and jewellers have been a contributing factor. Boucheron, a great name on Paris's Place Vendôme that made the capital a global temple to the most fabulous jewellery, is part of this prestigious cast, established at 17 La Croisette since 1989. Now the famous jeweller has just given its shop a total makeover, offering a new interpretation but without changing the original score.

Bigger and more beautiful

Long months of work have resulted in new installations, a larger surface area (90m²), a new decor and a new atmosphere, all preserving the great jewellery house's image and style but projecting them into the future. Boucheron colours and precious materials have been employed to hone this metamorphosis and the end result is quite on a par with expecta-

tions: inviting, elegant, intense and luxurious but eschewing useless ostentation. The setting's harmonies and forms match perfectly with the collections of jewellery and watches so expert at capturing the of-today feel without ceding one iota of that vital Boucheron spirit. For a century and a half (150th anniversary last year), this great jeweller has been manipulating the loveliest gemstones, the most varied colours and truly innovative forms in which classic motifs (flowers, animals etc) take on highly contemporary accents thanks to a consistently enlightened creativity.

This entire world of brilliance and beauty is to be found in the new Cannes shop, for it offers a complete panorama of those emblematic jewellery collections: Tentation Macaron, Exquises Confidences, Le Bestiaire, Trouble and Quatre. You can also discover the timewear collections that have never ceased developing a very personal style. The ever-fashionable Reflet, a brand icon created in 1947, sets the tone for a sumptuous gamut in which two other models, both too now references, shine out: the Ronde and MEC. That creative magic is more evident than ever, each season adding new chapters to a story that, like the finest diamonds, seems to be forever.

GLOBAL CHAMPIONS TOUR OF FRANCE



CANNES

JUMPING INTERNATIONAL

11-12-13 JUIN 2009



INFOS-BILLETS WWW.JUMPINGCANNES.COM 04 92 98 62 77
RESTAURANT PANORAMIQUE 04 93 39 44 07



Boccara Design, l'art du tapis

Par Alexandre Benoist – Photo Jean-Michel Sordello / P.A.

Cette nouvelle galerie propose de vous plonger dans l'univers exclusif du tapis antique et de la création contemporaine.

Boccara Design, the art of tapestry

This new gallery plunges you into an exclusive world of antique tapestries and contemporary design..

Perpétuer une tradition trois fois centenaire : c'est ainsi que l'on pourrait qualifier le travail de Didier Marien. Quelle tradition? Celle de la tapisserie française. Depuis 20 ans, cet antiquaire spécialisé s'est donné pour mission de proposer ce qui se fait de plus prestigieux en la matière. Une offre composée de pièces exceptionnelles datant des XVI^e, XVIII^e, XIX^e et XX^e siècles, aujourd'hui disponible dans une toute nouvelle galerie ouverte à Cannes. Tapis d'Aubusson époque Directoire ou faits au point dit « de la Savonnerie », du nom de la fabrique créée par Colbert sur la colline de Chaillot à Paris en 1663. Tapisseries illustrant des scènes de chasse, présentant des compositions classiques ou des jardins à la française...

Plus proche de nous, citons aussi des grands noms du tapis Art déco comme Da Silva Bruhns ou Delaunay. Parallèlement à cette collection, Didier Marien a développé un concept proposant d'associer art et artisanat. L'idée est simple, c'est soit piocher dans le patrimoine artistique international, soit faire appel à des designers pour offrir une collection de pièces contemporaines. Avec Albert Gleizes, Serge Poliakoff, Auguste Herbin, Olivier Debré, l'accent est donné aux grands noms du cubisme et de l'abstraction. Un choix renforcé par des œuvres d'artistes encore en activité comme Geneviève Claisse ou Antonio Seguí. Chaque tapis en laine ou en soie, réalisé en utilisant les techniques anciennes de tissage et de teinture, est édité à 8 exemplaires seulement. Une volonté d'exclusivité qui représente bien l'identité de cette galerie. Ainsi, Didier Marien n'a pas voulu uniquement se positionner comme un spécialiste du tapis, mais comme un esthète proposant un univers résolument tourné vers la création plastique, en exposant, par exemple, des sculptures animalières signées Bernard Bessoud ou Jean-François Gambino, ou encore des photographies en tirage limité (Evrosina Lavrukina). Et comme nous sommes dans un lieu qui rend hommage aux arts décoratifs avec éclectisme, on appréciera aussi la grande qualité des antiquités proposées à la vente : guéridon Empire, commode Louis XV, console du XVIII^e, chaise Le Corbusier...

Place du Commandant Lamy / 1 rue de Bône, Cannes
Tél. 04 93 38 10 82 - 06 14 48 14 60



Didier Marien hisse le tapis au rang d'objet d'art (ici un tapis d'Aubusson, époque Napoléon III).

Perpetuating a centuries-old tradition is how Didier Marien's trade can be described. Which tradition? That of French tapestry weaving. For the last 20 years this specialist antique dealer has been on a mission to offer the most prestigious tapestry products in existence. His stock of exceptional items dating from the 16th, 18th, 19th and 20th centuries is now on show in the brand new gallery he's opened in Cannes. Rugs woven in Aubusson during the Directoire period or in La Savonnerie stitch, named after the factory Colbert set up on the Chaillot hill in Paris in 1663, tapestries showing hunting scenes, classical compositions or formal gardens, and with them creations by great rug weavers of the Art Deco period such as Da Silva Bruhns and Delaunay. Alongside this collection, Didier Marien has developed a concept that teams art with craftsmanship, a simple idea that involves both borrowing from our international artistic heritage and calling on contemporary designers so as to offer a collection of modern pieces too. There's a preponde-

rance of great names in Cubism and Abstract Art – Albert Gleizes, Serge Poliakoff, Auguste Herbin, Olivier Debré – backed up by creations from living artists such as Geneviève Claisse and Antonio Seguí. Only eight rugs in each design are made, in wool or silk and using traditional weaving and dyeing techniques; this deliberate exclusiveness is indeed what forms the gallery's identity. But Didier Marien didn't want to be known as just a rug and tapestry specialist, rather as an aesthete offering a whole world specifically focused on superb creations, so for example he also displays animal sculptures by Jean-François Gambino and Bernard Bessoud plus limited editions of photographs (Evrosina Lavrukina). And since this is a place that pays homage to the decorative arts through eclecticism, you can also admire the antiques of the highest quality also on sale: Empire pedestal table, Louis XV chest-of-drawers, 18th-century console table, Le Corbusier chair and more.

GEFICA

The bronze legacy

Mouvement automatique de Manufacture, entièrement décoré à la main. Heures sautantes, minutes et date rétrogrades, secondes au centre de forme curvex. Cadran multi-strates concave. Boîtier en bronze et titane, glace saphir convexe et fond ouvert. Etanche à 10 atm.



Gérald Genta

HAUTE HORLOGERIE D'AVANT-GARDE

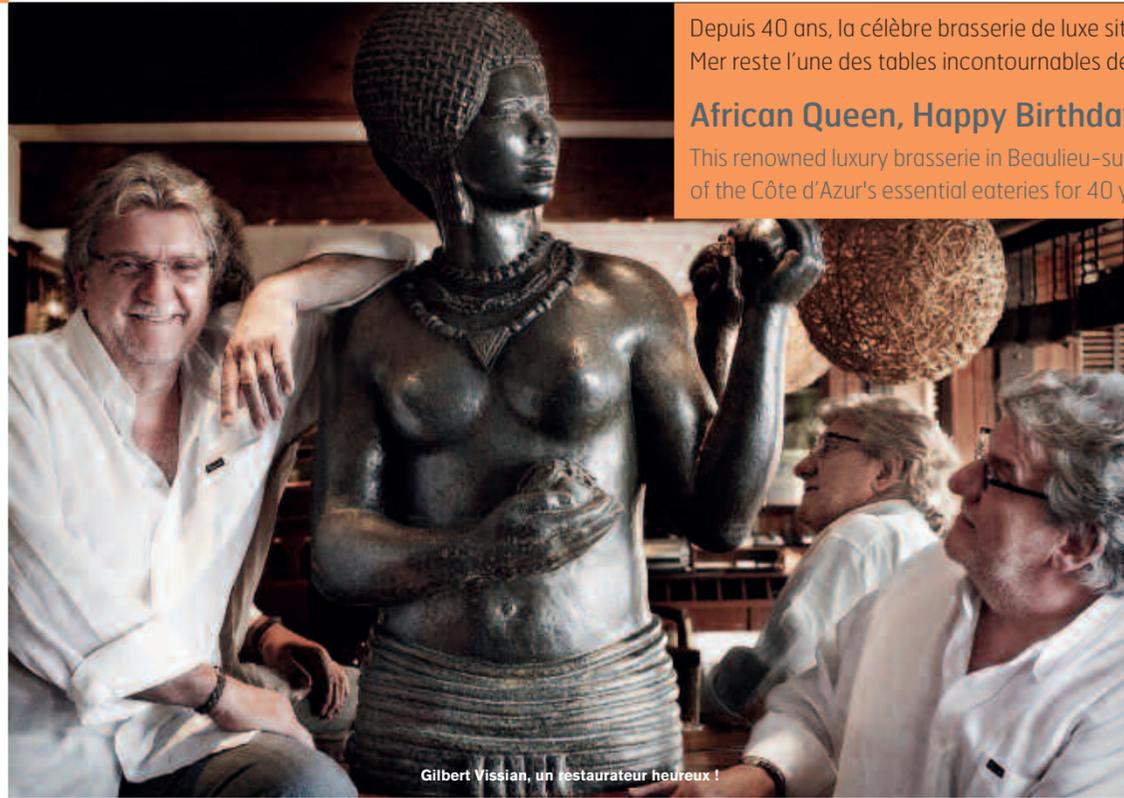
Genève - Paris - Shanghai - Hong Kong

Cannes - Kronometry 1999 - 04 97 06 69 70 | Monaco - Temps & Passion - +377 97 77 16 25 | Paris - Boutique Gérald Genta - 01 42 44 21 16 | Arijje - 01 47 20 72 40
Kronometry 1999 - 01 42 25 15 41 | Saint-Tropez - Kronometry 1999 - 04 98 12 62 50 | Saint-Jean-Cap-Ferrat - Ferret - 04 93 76 50 24

40
69
09
ANNIVERSARY

L'African Queen, joyeux anniversaire !

Par Alexandre Benoist – Photo Jean-Michel Sordello / P.A.



Gilbert Vissian, un restaurateur heureux !

Depuis 40 ans, la célèbre brasserie de luxe située à Beaulieu-sur-Mer reste l'une des tables incontournables de la Côte d'Azur.

African Queen, Happy Birthday !

This renowned luxury brasserie in Beaulieu-sur-Mer has been one of the Côte d'Azur's essential eateries for 40 years.

C'est un anniversaire qu'il ne fallait pas manquer de saluer. L'African Queen fête cette année ses quarante ans. Quarante ans dont trente sous la houlette de Gilbert Vissian. « Le restaurant a été créé à une époque héroïque. Le concept de port de plaisance était nouveau et il y avait tout à faire. C'était encore les Trente Glorieuses. L'esprit était à la légèreté, l'amusement, et la Riviera était fréquentée alors par les stars mythiques du cinéma ». Des stars qui adoptent immédiatement l'African Queen, Lauren Bacall, Sophia Loren, Gina Lollobrigida, mais aussi Grace Kelly et toute la famille princière de Monaco.... Gilbert Vissian se souvient encore de David Niven : « Si le terme gentleman peut s'appliquer à quelqu'un, c'est bien à lui. D'une politesse et d'une gentillesse extrêmes, il avait pour habitude de saluer chaque membre du personnel avant de s'installer à sa table ». La simplicité d'un homme qui, finalement, exprime l'esprit d'un lieu. « Ici, il n'y a pas de people, seulement des clients qui veulent déjeuner ou dîner en toute tranquillité ».

Le plaisir avant tout

Loin de l'ambiance paillettes et jet-set, les grands noms fréquentent toujours le lieu, comme Bono le chanteur de U2 ou Jack Nicholson. « Je me souviens que Demi Moore, quand elle est venue avec ses enfants, faisait la une des journaux locaux. J'aurais pu en profiter pour faire ma promotion, mais je n'ai contacté aucun journaliste. Je demande aussi à mon staff de ne pas les déranger avec des demandes d'autographes tant qu'ils n'ont pas fini leur repas. Ils sont là pour se détendre et il faut les laisser manger en paix ». Bien sûr, les célébrités ne sont pas les seules à s'asseoir à l'African Queen. « C'est un restaurant pour tous ceux qui veulent se faire plaisir. » Le plaisir, voilà ce qui est en fait à l'origine de la longévité de l'African Queen et de son propriétaire. A 60 ans et après 46 ans de métier, Gilbert Vissian n'a rien perdu de son amour pour les gens et pour son métier. « Quand je fais le marché, je suis comme un enfant chez Toys R Us. Heureux de choisir melons, abricots, courgettes fleurs ou poissons, qui sentent encore le large que l'on a envie de caresser tellement ils sont beaux ! » C'est cette passion du bon produit et de la belle cuisine qui, depuis 40 ans, fait battre le cœur de l'African Queen !

Here's an anniversary we couldn't possibly miss: this year the African Queen celebrates its 40th birthday! Forty years, 30 of them under the aegis of Gilbert Vissian. "The restaurant was started in a fantastic era; marinas were a brand new concept and everything was possible. Those were still the good old days, the spirit of the times was light-hearted, focused on amusement, and the Riviera was frequented by mythical movie stars." Stars that immediately adopted the African Queen: Lauren Bacall, Sophia Loren, Gina Lollobrigida but also Grace Kelly and Monaco's entire royal family. Gilbert Vissian still remembers David Niven: "If anyone could be called a gentleman it was certainly him. So immensely polite and pleasant; it was his habit to greet each member of staff before he sat down at his table." One man's simplicity that in fact sums up the spirit of the place. "There are no celebrities here, only customers who want to lunch or dine in peace and quiet."

Pleasure above all else

The restaurant is light years from the jet-set glitz but still patronised by international stars such as U2 frontman Bono and Jack Nicholson. "When Demi Moore came with her children she was on the front pages of the local newspapers; I could have taken advantage to promote the restaurant but I didn't contact a single journalist. I also ask my staff not to disturb famous people with requests for autographs until they've finished eating. They come here to relax and we have to let them eat in peace." Of course not only celebrities eat at the African Queen. "It's a restaurant for everyone who wants to treat themselves." And indeed pleasure is precisely what accounts for the African Queen's, and its owner's, longevity. At 60 years old and after 46 years in the business, Gilbert Vissian has lost none of his love of people and his profession. "When I shop in the market I'm like a child at Toys R Us! Melons, apricots, courgette flowers, fish still smelling so strongly of the sea you want to stroke them they're so lovely!" This passion for good produce and fine cuisine is what has been making the African Queen's heart beat for 40 years.

Beaulieu-sur-Mer, Port de Plaisance - Tél. 04 93 01 10 85



Nouvelle Mercedes Classe E Coupé. Attraction pure.

- DISTRONIC PLUS* : régulateur de vitesse et de distance
- PRESAFE : système de sécurité préventive
- ATTENTION ASSIST : système de détection de somnolence
- PARKTRONIC* : stationnement guidé

Mercedes-Benz

Mercedes-Benz Côte d'Azur

Filiale de Mercedes-Benz France

www.cotedazur.mercedes.fr

Mercedes-Benz Cannes
114, bd. Carnot
06110 Le Cannet
04 93 69 05 05

Mercedes-Benz Le Cannet
Bretelle de l'autoroute
06110 Le Cannet
04 92 59 49 49

Mercedes-Benz Villeneuve-Loubet
RN7 - Av. des Baumettes
06270 Villeneuve-Loubet
04 92 02 67 00

Mercedes-Benz Nice (Fermé le samedi)
83, bd. Gambetta
06000 Nice
04 93 97 70 70

Consommations de la Classe E Coupé (l/100 km) urbaine de 6,7 à 16,1 ; extra-urbaine de 4,2 à 7,8 ; mixte de 5,1 à 10,9. Emissions de CO₂ de 135 à 254 g/km. Homologation n° e1*2001/116*0502*02 du 06/04/2009. *En option.

UNLOCK AND CONQUER

Admiral's Cup Black Hull 48. Mouvement à complications exclusif C0753 de Corum doté d'un chronographe automatique certifié par le Contrôle Officiel Suisse des Chronomètres (COSC). www.corum.ch



Admiral's Cup
Edition limitée

ferret

2, avenue Verdun
06000 Nice
Tél : +33 493 87 78 95

3, la Croisette
06400 Cannes
Tél : +33 493 38 08 18


CORUM
LA CHAUX-DE-FONDS · SUISSE

Hôtel Benkirai, entre tradition et modernité

Par Alexandre Benoist



En deux ans, il s'est inscrit parmi les établissements incontournables de Saint-Tropez. La clé de ce succès, une formule qui allie esprit contemporain et art de vivre en Provence.

Hôtel Benkirai, tradition with modernity

In two years it's classed itself among Saint-Tropez's essential places. Key to its success is a formula blending contemporary spirit with the art of Provençal living.

SORTIR ESSENTIELS GOING OUT

36

En 2007, le Benkirai créait l'événement. En effet, qui aurait pu imaginer qu'un groupe hôtelier, Charm & More en l'occurrence, oserait bousculer les habitudes locales en proposant une nouvelle vision aussi radicale de l'hôtellerie de luxe et de charme. Rompant avec les us et coutumes, le Benkirai marie avec réussite l'esprit contemporain avec l'art de vivre en Provence. Le projet est signé Patrick Jouin. Un architecte d'intérieur et designer (Cassina, XO, Ligne Roset, Fermob, Alessi...), à qui l'on doit notamment le restaurant et le bar de l'hôtel Plaza Athénée (Paris), les restaurants 59 Poincaré (Paris), Mix (New York et Las Vegas), Dorchester (Londres), les Spoon du monde entier et le Jules Verne, au deuxième étage de la Tour Eiffel. Résultat, une belle rencontre entre modernité et tradition. Dans les chambres, les aménagements réalisés sur mesure offre des lignes pures et contemporaines tout en proposant un jeu de contrastes entre les différents matériaux utilisés, comme, par exemple, le mobilier laqué bleu et le sol en béton brut. Un projet qui s'inscrit parfaitement dans un cadre méditerranéen aux accents exotiques tout en quiétude et volupté, jardin composé de glycines, de palmiers, de jasmins, d'oliviers et de cyprès, piscine, terrasse en bois...

Un restaurant gastronomique thaïlandais

C'est justement au cœur du jardin, et c'est une nouveauté 2009, qu'un espace bien-être vous attend pour des massages traditionnels asiatiques ou pour des soins beauté du visage et du corps selon la méthode Jeanne Piaubert. Dernier atout du lieu, son restaurant Oth Sombath, baptisé du nom du chef, est devenu en deux ans, une table incontournable pour les amateurs de cuisine thaïe. Le plus raffiné et le plus parfumé des arts culinaires asiatiques. Somtam (papaye verte, salade au citron et crevettes séchées), Similan (thon cru et crevette, sauce à la mangue), Kai Yang (cuisse de volaille fermière marinée à la citronnelle puis grillée), Thanongsak (croustillant de thon rouge au basilic et citronnelle, sauce maracujà), Pla Yang (loup grillé en feuille de bananier), Keang Phet Ped (magret de canard au curry beige).

Saint-Tropez, 11 chemin du Pinet - Tél. 04 94 97 04 3 7- www.hotel-benkirai.com

In 2007 the Benkirai made news, for who indeed could have imagined that a hotel chain, in this case Charm & More, would dare to shake up local habits by offering such a radical new take on charmingly luxurious hotel accommodation. Departing from the usual ways and customs, the Benkirai successfully combines contemporary spirit with the art of Provençal living. This transformation is the work of Patrick Jouin, an interior architect and designer who works with Cassina, XO, Ligne Roset, Fermob and Alessi and to whom we owe the restaurant and bar in the Plaza Athénée hotel (Paris) and other restaurants: 59 Poincaré (Paris), Mix (New York and Las Vegas), Dorchester (London), the Spoons the world over and the Jules Verne on the Eiffel Tower's second floor. Jouin has perpetrated a superb melding of modernity and tradition. The bespoke re-fits of the guestrooms flaunt understated contemporary styling while also offering plays on the contrasts between the different materials employed, as for example blue lacquer furniture and untreated

concrete floor. The whole place integrates perfectly into its Mediterranean setting with touches of exoticism, imbued with peacefulness and delectation – garden of wisteria, palm trees, jasmine, olive trees and cypresses, swimming pool, wood-decked terrace etc. And in the heart of this garden sits a new addition for 2009, a wellbeing centre just waiting to dispense traditional Asian massages or beauty treatments for face and body courtesy of Jeanne Piaubert. The Benkirai's other huge asset is the Oth Sombath restaurant (named after the chef) that in two short years has become a must for all who love Thai cuisine, the most refined and tasty of Asia's culinary arts. Somtam (green papaya, lemon and dried shrimp salad), Similan (raw tuna with shrimps, mango sauce), Kai Yang (leg of free-range poultry marinated in citronella then grilled), Thanongsak (red tuna crisp with basil and citronella, maracujà sauce), Pla Yang (sea bass grilled in a banana leaf), Keang Phet Ped (duck breast in beige curry).

Les montres

par Zegg & Cerlati



HUBLOT : BIG BANG TUTTI FRUTTI



ZEGG & CERLATI : L'ÉLÉPHANT



ZEGG & CERLATI : CROIX EN OR POUR LES 60 ANS DE LA CROIX ROUGE DE MONACO

→ DES BIJOUX ET DES MONTRES AUX COULEURS DE L'ÉTÉ...
JEWELLERY AND WATCHES IN SUMMER COLOURS

MONTRE
BAIGNOIRE S



MONTRE
BAIGNOIRE
GRAND MODÈLE



Some watches are a legend in their own right, one being the Baignoire, a Cartier icon whose piquant, sensual style possesses that rare virtue of being in synch with every era, particularly as Cartier excels at reinterpreting it. The Cartier Libre collection gives free reign to an ever-inventive imagination borne on the wings of creative audacity, but without ever departing from the stylish excellence that is the jeweler's signature. So the Baignoire S adopts an unprecedented shape that undulates and stretches like a woman's body, clasping, within its oval contoured like a neatly defined waist, a dial edged with white diamonds. This year too, Cartier launches a new Baignoire, its lines more taut and contemporary but still as sensual and elegant. 2009 is also a milestone year for Cartier as it is developing the Haute Horlogerie collection launched last year with the Ballon Bleu flying tourbillon. This year it's the turn of other emblematic brand models to step up into the Haute Horlogerie class. The best-selling Santos 100 comes with a hand-wound mechanical movement with flying tourbillon and bearing the Geneva Seal, the most exacting label of horological excellence. As for La Rotonde, it comes with a hand-wound manufacture movement incorporating a chronograph whose mechanism can be admired through a window onto the movement. In these two outstanding watches, the design, materials and extremely high-quality finishes combine to create a unique style identifiable among all others.

CARTIER chez Zegg & Cerlati

Il est des montres de légende : la Baignoire en fait partie. C'est une icône de la Maison Cartier, dont le style piquant et sensuel possède la vertu rare d'être de toutes les époques. D'autant plus que Cartier excelle à la réinterpréter. Avec la collection Cartier Libre, il donne libre cours à une imagination toujours en éveil qui se laisse porter par l'audace créative, sans jamais trahir cette élégance stylée qui est la signature du joaillier. La Baignoire S adopte ainsi une forme inédite, ondule et s'étire comme un corps de femme, qui enserme dans son ovale cambré comme une taille bien prise, un cadran ourlé de diamants blancs. Cette année, Cartier lance une nouvelle Baignoire, aux lignes plus tendues, plus contemporaines, mais toujours aussi sensuelles et élégantes. 2009, c'est aussi une année charnière pour Cartier qui développe sa collection de Haute Horlogerie, inaugurée l'année dernière avec la Ballon bleu tourbillon volant. Cette année, c'est au tour d'autres modèles emblématiques de la Maison d'adopter une haute définition horlogère. La Santos 100, best-seller de la marque, abrite un mouvement mécanique à remontage manuel avec tourbillon volant, estampillé Poinçon de Genève, le label le plus exigeant d'excellence horlogère. La Rotonde, quant à elle, accueille un mouvement Manufacture à remontage manuel, doté d'un chronographe dont on peut admirer le mécanisme à travers une ouverture sur le mouvement. Le design de ces deux montres d'exception, les matériaux et les finitions de très haut niveau, tout concourent à créer un style unique, identifiable entre tous.



SANTOS 100 TOURBILLON VOLANT
OR GRIS

ROTONDE
DE CARTIER
CHRONOGRAPHE
CENTRAL
OR ROSE



MONTRE BAIGNOIRE S

-/ BAIGNOIRE S

Boîte en or gris rhodié 18 carats sertie de diamants ronds. Cadran effet soleil argenté laqué. Bracelet en toile brossée blanche, boucle ardillon or gris rhodié 18 carats sertie de diamants ronds. Mouvement mécanique à remontage manuel Manufacture 9770 MC. -/ Rhodium-plated 18ct grey-gold case set with round diamonds. Lacquered silvered sunray dial. White brushed fabric strap, pin buckle in 18ct rhodium-plated grey gold set with round diamonds. Hand-wound 9770 MC mechanical manufacture movement.

MONTRE BAIGNOIRE GRAND MODÈLE

-/ BAIGNOIRE LARGE MODEL

Boîte en or rose 18 carats. Cadran argenté décor fliné. Bracelet en alligator chocolat, boucle ardillon en or rose 18 carats. Mouvement mécanique à remontage manuel 430 MC.

-/ 18ct pink-gold case. Silvered dial with fliné decor. Chocolate alligator strap, 18ct pink-gold pin buckle. Hand-wound 430 MC mechanical movement.

SANTOS 100 TOURBILLON VOLANT OR GRIS

-/ SANTOS 100 FLYING TOURBILLON IN GREY GOLD

Boîtier en or 18 carats. Glace et fond saphir. Couronne à pans en or 18 carats ornée d'un saphir facetté. Bracelet en alligator noir. Fermoir en or gris 18 carats. Mouvement mécanique Manufacture à remontage manuel, calibre 9452 MC, estampillé Poinçon de Genève, tourbillon volant.

-/ 18ct gold case. Sapphire crystal glass and back. Segmented 18ct gold crown adorned with a faceted sapphire. Black alligator strap. 18ct grey-gold clasp. Hand-wound 9452 MC calibre mechanical manufacture movement bearing the Geneva Seal, with flying tourbillon.

ROTONDE DE CARTIER CHRONOGRAPHE CENTRAL OR ROSE

-/ ROTONDE DE CARTIER CHRONOGRAPH

Boîtier en or 18 carats. Couronne perlée en or 18 carats ornée d'un saphir cabochon. Glace et Fond saphir. Bracelet en alligator noir. Boucle déployante réglable en or rose 18 carats. Mouvement mécanique Manufacture à remontage manuel, calibre 9907 MC. -/ Pink-gold centre 18ct gold case. Beaded 18ct gold crown adorned with a sapphire cabochon. Sapphire crystal glass and back. Black alligator strap. Adjustable folding clasp in 18ct pink gold. Hand-wound 9907 MC calibre mechanical manufacture movement.



BIG BANG BLACK LEMON

BIG BANG GOLD WHITE

HUBLOT chez Zegg & Cerlati

Cette saison, Hublot est plus que jamais résolument tendance. Il orchestre une palette de couleurs intenses, mariés à des tons plus neutres. La magie de la "fusion", chère à son CEO, Jean Claude Biver, fait le reste. Mélange de matériaux nobles comme l'or à des matériaux techniques comme la céramique ou le caoutchouc, toutes les audaces sont permises à condition de respecter ces harmonies sous-jacentes qui font l'élégance de l'ensemble. Le résultat, ce sont des modèles à la fois très "techniques" et très "glamour". La Big Bang Black Lemon joue sur des effets de contrastes puissants entre le noir intense et le jaune citron. La Big Bang King All Black Blue oppose le noir et le bleu, un bleu nuit aux tonalités chaudes et profondes. La palette s'éclaircit avec la Big Bang Gold White dont l'éclat incomparable est attisé par un classique duo or rouge et blanc. La Big Bang Earl Grey orchestre une harmonie subtile de teintes blanches et grises très tendance. Tous ces modèles au dessin incisif, sont activés par des mouvements chronographes, ce qui leur apporte l'indispensable touche sportive. On retrouve ainsi l'esprit même de la fusion qui associe le chic du classique aux innovations les plus modernes. Hublot fait ainsi naturellement écho à la mode dite créateurs. Ses Big Bang offrent un festival de couleurs qui en font les complices naturels des moments privilégiés d'un art de vivre contemporain, où le culte du beau voisine avec la sensualité, l'énergie avec la délicatesse, le classicisme avec l'audace. Il s'affirme ainsi comme le compagnon indispensable d'un style de vie moderne, actif et ouvert à l'avenir, sans rejeter les richesses du passé.

This season Hublot is more decidedly trendy than ever, manipulating a palette of intense colours and teaming them with more neutral shades. The magic of that fusion dear to CEO Jean Claude Biver does the rest: mixes of noble materials such as gold with technical ones including ceramic and rubber, with every audacity permitted so long as it respects those underlying harmonies that render the whole elegant. The result is models that are both very technical and highly glamorous. The Big Bang Black Lemon plays on the powerful contrast between intense black and lemon yellow. The Big Bang King All Black Blue sets black in opposition to blue, a midnight blue imbued with depth and warmth. The colour palette lightens with the Big Bang Gold White, its incomparable radiance further enhanced by a classic duet between red and white gold. The Big Bang Earl Grey orchestrates a subtle harmony of very of-the-day white and grey hues. All these incisively designed models are driven by chronograph movements that give them that indispensable sporty touch. Then we find the very essence of fusion in associations combining classic chic with the trendiest innovations, in which Hublot is naturally echoing designer fashions. Its Big Bang watches offer a festival of colours that make them natural companions for the privileged moments of a contemporary art of living in which the cult of beauty rubs shoulders with sensuality, energy with delicacy, and classicism with audacity. Hublot again confirms its status as indispensable partner in a modern, active lifestyle that is open to the future without rejecting the riches of the past.



BIG BANG KING ALL BLACK BLUE

BIG BANG EARL GRAY DIAMONDS



BIG BANG BLACK LEMON
-/ BIG BANG BLACK LEMON

Boîtier en céramique noire. Lunette en or blanc PVD serti de 48 saphirs jaunes taille baguette. Cadran noir avec index bleus. Bracelet en alligator et caoutchouc jaunes. Mouvement chronographe à remontage automatique HUB 1400.

-/ -/ Black ceramic case. Bezel in PVD white gold set with 48 baguette-cut yellow sapphires. Black dial with blue indices. Yellow alligator and rubber strap. Self-winding HUB 1400 chronograph movement.

BIG BANG GOLD WHITE

-/ BIG BANG GOLD WHITE

Boîtier en or rouge 18 carats. Lunette en or rouge 18 carats. Cadran blanc. Bracelet en or rouge 18 carats avec insert résine composite blanche. Mouvement chronographe à remontage automatique HUB 4300.

-/ 18ct red-gold case and bezel. White dial. 18ct red-gold bracelet. Self-winding HUB 4300 chronograph movement.

BIG BANG EARL GRAY DIAMONDS

-/ BIG BANG EARL GREY DIAMONDS

Boîtier en acier, lunette en or blanc sertie de 48 diamants taille baguette représentant de 2,23 carats. Cadran couleur tantale. Bracelet en acier avec inserts en résine composite grise. Mouvement Chronographe à remontage automatique HUB 1145. -/ Steel case, white-gold bezel set with 48 baguette-cut diamonds totalling 2.23ct. Tantalum-coloured dial. Steel bracelet with inserts of grey composite resin. Self-winding HUB 1145 chronograph movement.

BIG BANG KING ALL BLACK BLUE

-/ BIG BANG KING ALL BLACK BLUE

Boîtier en céramique noire. Lunette en céramique noire. Cadran noir. Bracelet en caoutchouc et alligator bleus. Edition limitée à 500 exemplaires.

-/ Black ceramic case and bezel. Black dial. Blue alligator and rubber strap. Limited edition of 500 watches.

ZEGG & CERLATI
MONTE-CARLO

LUMINOR 1950 3 DAYS
AUTOMATIC 44 mm
BRACELET ALLIGATOR



LUMINOR 1950
3 DAYS GMT
AUTOMATIC
44 mm BRACELET
ACIER



LUMINOR 1950 3 DAYS AUTOMATIC 44 MM BRACELET
ALLIGATOR -/ LUMINOR 1950 3DAYS AUTOMATIC, 44mm,
ALLIGATOR STRAP

Boîtier 44 mm en acier satiné, lunette en acier poli, cadran noir, bracelet en alligator et boucle en acier satiné Panerai, mouvement à remontage automatique, Panerai P.9000.

-/ 44mm case in satin-finish steel, polished steel bezel, black dial, alligator strap with Panerai satin-finish steel buckle, Panerai P.9000 self-winding movement.

LUMINOR 1950 3 DAYS GMT AUTOMATIC 44 MM BRACELET
ACIER -/ LUMINOR 1950 GMT 3DAYS AUTOMATIC, 44mm,
STEEL BRACELET

Boîtier 44 mm en acier satiné, lunette en acier poli, bracelet en acier personnalisé Panerai, mouvement mécanique à remontage automatique, Panerai P.9000. -/44mm case in satin-finish steel, polished steel bezel, personalised Panerai steel bracelet, Panerai P.9000 self-winding mechanical movement.

PANERAI chez Zegg & Cerlati

Pour la grande marque italienne, l'année 2009 s'annonce importante. Après une première série de 5 mouvements manufacturés P.2002, P.2003, P.2004, P.2005 et P.2006, elle présente trois mouvements automatiques de 3 jours de réserve de marche : les P.9000, P.9001 et P.9002. Dotés de fonctions diverses, leur design unique les rend immédiatement reconnaissables. Cette nouvelle famille de mouvements équipe une série de modèles Luminor 1950 de la Collection Manifattura, dont les deux modèles présentés ici, l'un sur bracelet alligator, l'autre sur bracelet acier. -/For the great Italian watchmaker 2009 is an important year. Following the series of five mechanical movements (P.2002, P.2003, P.2004, P.2005 and P.2006), it's now offering a series of three automatic movements with 3-day power reserve: the P.9000, P.9001 and P.9002. These are equipped with diverse functions and are in an original design that makes them immediately recognisable. This new family of movements drives a series of Luminor 1950 models in the Manifattura collection, including the two shown here, one on an alligator strap, the other on a steel bracelet.

ZEGG & CERLATI
MONTE-CARLO



REVERSO GRANDE COMPLICATION
A TRIPTIQUE

MASTER
COMPRESSOR
EXTREME
TOURBILLON
SÉRIE SPÉCIALE
BYBLOS



MASTER COMPRESSOR EXTREME TOURBILLON
SÉRIE SPÉCIALE EN HOMMAGE AU BYBLOS

-/ SPECIAL TRIBUTE SERIES TO BYBLOS

Série limitée à 48 exemplaires en platine 950/titane grade 5. Mouvement mécanique à remontage automatique, 48 heures de réserve de marche, tourbillon, seconde, date. Bracelet interchangeable. -/ Limited edition of 48 watches in 950 platinum/grade-5 titanium. Self-winding mechanical movement, 48-hour power reserve, tourbillon, seconds, date. Interchangeable straps.

REVERSO GRANDE COMPLICATION A TRIPTIQUE

Boîtier en platine, bracelet crocodile cousu main, boucle déployante en platine, mouvement mécanique regroupant 18 complications, pour un total de 700 pièces environ. -/ Platinum case, hand-sewn crocodile strap, platinum folding clasp, mechanical movement comprising 18 complications; approximately 700 components in all.

JAEGER-LECOULTRE chez Zegg & Cerlati

Les deux modèles proposés illustrent à la perfection le talent horloger de la Manufacture Jaeger-LeCoultre. La Master Compressor Extreme Tourbillon dédiée à l'hôtel Byblos, le célèbre palace de Saint Tropez, sacre de façon éclatante, la rencontre de la mécanique de précision et des paillettes. La haute horlogerie rejoint le glamour, en lui dédiant l'une de ses plus extraordinaires créations : le tourbillon. La Reverso grande complication à triptyque ajoute encore au rêve. Elle loge une mécanique d'exception qui a nécessité le dépôt de 6 brevets et constitue une première mondiale. Les maîtres horlogers de Jaeger-LeCoultre ont en effet relevé le défi de réunir dans le légendaire boîtier réversible, trois dimensions du temps exprimées sur les trois faces de la montre : le temps civil, le temps sidéral et le temps perpétuel, soit un total de 18 complications. -/ The two models shown illustrate the horological talent of the Jaeger-LeCoultre manufacture superbly. The Master Compressor Extreme Tourbillon dedicated to the Byblos, Saint-Tropez's famous luxury hotel, provides stunning proof of how precision engineering can be combined with glitz as Haute Horlogerie dedicates one of its most extraordinary creations, the tourbillon, to glamour. The Reverso grande complication à triptyque fires the imagination even more since this is a world first driven by an outstanding movement for which six patents were taken out. In the legendary flip-over case, Jaeger-LeCoultre's master watchmakers have succeeded in combining three dimensions of time - local, sidereal and true solar - that are displayed on the watch's three dials; a total of 18 complications.

ZEGG & CERLATI
MONTE-CARLO

MONTRE POUR
FEMME RM 019
"NOEUD CELTIQUE"



RM 021
"AÉORODYNE"



RICHARD MILLE chez Zegg & Cerlati

Richard Mille a conquis de haute main sa renommée de pionnier, il y a huit ans, en présentant ses deux montres RM 001 et RM 002. Unaniment saluées par la presse et le public, ces deux créations ont repoussé les limites de l'horlogerie, tant par leur dessin et leur inventivité mécanique que par les matériaux utilisés. Au-delà de leur surprenante originalité, elles ouvraient la voie à une nouvelle approche de l'horlogerie qui allait dynamiser et modifier l'essence même de cet art séculaire. Elles apportaient la preuve que des conceptions novatrices et une technique de pointe pouvaient parfaitement s'intégrer aux valeurs de rareté, d'exception et de tradition caractéristiques de la haute horlogerie. Depuis, Richard Mille n'a cessé de développer ses collections, explorant tout le registre de la création horlogère dans un esprit novateur et inventif en intégrant de nouveaux matériaux, venus de l'aéronautique ou du sport automobile. Ces solutions techniques permettent de révolutionner la haute horlogerie. En témoignent les modèles de la collection 2009, qui, une fois encore, étonnent par leur technique et leur créativité.

Eight years ago Richard Mille superbly earned his renown as a pioneer by bringing out two watches, the RM 001 and RM 002. Unanimously hailed by press and public alike, these two creations pushed back the boundaries of watchmaking as much through their design and mechanical inventiveness as by the materials used. Over and above their amazing originality, they opened the door to a new way of approaching watchmaking that was to energise and modify the very essence of this centuries-old art. They provided proof that innovative conceptions and state-of-the-art technology could be perfectly incorporated into the values of rarity, exception and tradition that characterise Haute Horlogerie. Since then Richard Mille has never ceased expanding his collections, exploring the entire register of horological creativity in an innovative and inventive manner by incorporating new materials borrowed from aeronautics and motor racing. These technical solutions make it possible to revolutionise Haute Horlogerie, as can be seen from the models in the 2009 collection, once again astounding in their technicality and creativity.



MONTRE DE PLONGÉE RM 025

MONTRE
AUTOMATIQUE
RM 023



RM 019 "NOEUD CELTIQUE" POUR FEMME
-/ CELTIC KNOT FOR LADIES

Platine en onyx noir et contre pivot du pont du tourbillon gravé d'un noeud celtique en forme de triquetra. Indicateur inédit de réserve de marche. Disponible avec un boîtier en or rouge ou blanc 18 carats réhaussé d'une couronne avec collier en Alcryl au dessin exclusif.-/ Black onyx baseplate and tourbillon endstone bridge engraved with a triquetra Celtic knot. Unusual power-reserve indicator. Available with an 18ct red- or white-gold case enhanced by a specially designed Alcryl collared crown.

RM021 "AÉORODYNE"
-/ AERODYNE

Structure externe en titane associée à de l'aluminure de titane orthorhombique alvéolée et à des nanofibres de carbone. Cette technique garantit une très grande résistance aux chocs physiques et thermiques. Disponible en titane et or rouge ou blanc, bracelet en alligator.-/ External structure in titanium combined with honeycomb orthorhombic titanium aluminide and carbon nanofibres. This association guarantees a very high resistance to physical shocks and temperature. Available in titanium and red or white gold, alligator strap.

MONTRE DE PLONGÉE RM 025
-/ DIVER'S WATCH

Bien que ronde, cette montre possède un boîtier typique de Richard Mille. Étanche à 300 m, elle est animée par un mouvement chronographe à tourbillon doté d'une platine en nanofibres de carbone. Disponible en titane, avec cornes en or rouge.-/ Although round, this watch has a characteristic Richard Mille case. Water-resistant to 300m, it is driven by a tourbillon chronograph movement with a carbon nanofibre baseplate. Available in titanium with red-gold horns.

MONTRE AUTOMATIQUE RM 023
-/ AUTOMATIC WATCH

Conçue pour les hommes et les femmes, cette montre de haute technologie incarne à la perfection l'esprit de la marque. Facile à porter et raffinée, elle est parfaite dans tous les moments de l'existence. Disponible en titane et en or rouge ou blanc 18 carats.-/ Designed for both men and women, this hi-tech watch perfectly embodies the spirit of the brand. Refined and easy to wear, it is perfect for every moment in life. Available in titanium and 18ct red or white gold.

VINTAGE 1945
TOURBILLON
3 PONTS D'OR



WW TC
CHRONOGRAPHE



GIRARD-PERREGAUX chez Zegg & Cerlati

Il fait partie de l'histoire de la haute horlogerie : le Tourbillon sous trois ponts d'or, véritable emblème de la Manufacture Girard-Perregaux, a été mis au point par Constant Girard-Perregaux. Cette innovation décisive permit au génial horloger de remporter une médaille d'or à l'Exposition Universelle de Paris en 1889. La Vintage 1945 Tourbillon sous trois Ponts d'Or réinterprète ce concept avec un regard moderne. Ses célèbres ponts affichent une simplicité géométrique contemporaine. Sept jours de travail sont nécessaires pour obtenir une finition impeccable. Le Tourbillon et ses 72 composants sont assemblés avec la même minutie. Le boîtier d'esprit Art Déco 1945, a été lui aussi repensé afin de permettre une adaptation idéale au poignet. Quant au mouvement, il loge un mécanisme exclusif breveté : un micro rotor en platine. Même technologie innovante pour le ww.tc (world wide time control) Chronographe, qui propose un concept nouveau de chronographe avec indicateur des heures du monde.

La Vintage 1945 Heures décentrées se signale elle aussi par une construction inédite, qui décentre l'affichage des heures, afin d'améliorer la lisibilité des différents compteurs du cadran, offrant une architecture d'une pureté absolue. Ce souci d'un design fluide et harmonieux, se retrouve dans le dernier modèle présenté ici : la GP 1966 Calendrier Complet. Le système d'affichage original de la date, du jour de la semaine, du mois et des phases de lune, permet de mettre en relief la forme ronde d'un boîtier à l'architecture minimaliste dont le dépouillement irradie une élégance incomparable.

The tourbillon with three gold bridges perfected by Constant Girard-Perregaux is part of Haute Horlogerie history and an emblem of the Girard-Perregaux manufacture. This decisive innovation won the genius watchmaker a gold medal at the 1889 Exposition Universelle in Paris. The Vintage 1945 Tourbillon with three gold bridges reinterprets this concept in a modern style, its famous bridges flaunting a contemporary geometric simplicity. Seven days of work are needed to obtain the impeccable finish and the tourbillon with its 72 components is assembled just as meticulously. The 1945's Art Deco-style case has also been redesigned so as to adapt perfectly to the wrist. As for the movement, it comprises an exclusive patented mechanism: a platinum micro-rotor. The same innovative technology is used for the WW.TC (worldwide time control) chronograph, a new chronograph concept comprising a worldwide hours indicator.

The Vintage 1945 off-centre hours also flaunts an unprecedented design that places the hours display off-centre so the various counters on the dial are easier to read, thus creating an architecture absolute in its purity. This focus on fluid, harmonious design is also found in the last model shown here, the GP 1966 complete calendar. The original way that the date, day of the week, month and moon phases are displayed helps to accentuate the round shape of a minimalistically architected case that exudes an incomparable elegance.



GP 1966 CALENDRIER COMPLET

VINTAGE 1945
HEURE
DÉCENTRÉE



VINTAGE 1945 TOURBILLON 3 PONTS D'OR
-/ VINTAGE 1945 TOURBILLON WITH THREE GOLD BRIDGES

Boîtier en platine, glace saphir, fond fermé par 4 vis. Mouvement Girard-Perregaux mécanique à remontage automatique, réserve de marche de 48 h minimum, tourbillon, heure, minute, petite seconde sur le tourbillon. Bracelet en alligator avec boucle déployante.

-/ Platinum case, sapphire crystal glass, caseback secured by four screws. Self-winding mechanical Girard-Perregaux movement, minimum 48-hour power reserve, tourbillon, hours, minutes, small seconds on the tourbillon. Alligator strap with folding clasp.

WW TC CHRONOGRAPHE

Boîtier en or rose, glace saphir, fond saphir teinté fermé par 6 vis. Mouvement Girard-Perregaux mécanique à remontage automatique, réserve de marche minimum de 46 heures, heure, minute, petite seconde, date, chronographe, heures du monde avec indicateur jour/nuit.

-/ Pink-gold case, sapphire crystal glass, tinted sapphire crystal caseback secured by six screws. Self-winding mechanical Girard-Perregaux movement, minimum 46-hour power reserve, hours, minutes, small seconds, date, chronograph and worldwide hours with day/night indication.

GP 1966 CALENDRIER COMPLET
-/ GP 1966 COMPLETE CALENDAR

Boîtier en or rose, glace saphir anti reflet, fond saphir, bracelet alligator. Mouvement Girard-Perregaux à remontage automatique, réserve de marche de 46 heures environ, heure, minute, seconde, indication de la date, du jour de la semaine, du mois et des phases de lune. -/ Pink-gold case, non-reflective sapphire crystal glass, sapphire crystal caseback, alligator strap. Self-winding Girard-Perregaux movement, 46-hour power reserve [approximately], hours, minutes and seconds plus date, day of the week, month and moon phase displays.

VINTAGE 1945 HEURE DÉCENTRÉE

-/ VINTAGE 1945 OFF-CENTRE HOURS

Boîtier en or blanc, cadran en émail ivoire, glace et fond saphir, bracelet alligator, mouvement Girard-Perregaux à remontage automatique, réserve de marche de 46 heures minimum, heure, minute, petite seconde, indicateur de la réserve de marche et de la date.

-/ White-gold case, ivory enamel dial, sapphire crystal glass and caseback, alligator strap, self-winding Girard-Perregaux movement, minimum 46-hour power reserve, hours, minutes, small seconds, power-reserve indicator and date.

ZEGG & CERLATI
MONTE-CARLO

American Express : Soirée prestige au Château Saint-Martin & Spa

Par Antoine Cordier

Le 9 juin, le palace vénçois accueille les invités d'American Express, en partenariat avec COTE et de nombreuses enseignes prestigieuses.

A prestige social function at Château Saint-Martin & Spa

On 9 June the Vence luxury hotel hosts the guests of American Express in partnership with COTE and many prestigious brands.



Le Château Saint Martin à Vence...

... offre une vue à couper le souffle sur la Côte d'Azur.

American Express a convié les porteurs de ses cartes de paiement les plus prestigieuses Platinum et Centurion à une soirée exclusive qui se tiendra, le 9 juin, au Château Saint-Martin & Spa, à Vence. Ces clients privilégiés accèdent à un niveau de prestations exceptionnel, qui va du paiement à des services personnalisés très haut de gamme. Il y a deux ans déjà, American Express avait organisé une soirée analogue à l'Hôtel du Cap Eden Roc, au Cap d'Antibes, qui appartient au même propriétaire que le Château Saint-Martin. Le succès de cette soirée a poussé la grande marque à récidiver son opération, dans un cadre tout aussi prestigieux, disposant d'installations de haut standing et d'une vue à couper le souffle sur la Côte d'Azur.

Luxe et raffinement

C'est le chef Yannick Franques qui préparera le cocktail dînatoire, servi au cours de la soirée. Ce cuisinier talentueux s'est vu attribuer une étoile Michelin et espoir 2 étoiles, pour ses merveilleuses créations. Les partenaires de la soirée sont tout aussi prestigieux. Il s'agit de marques et d'enseignes de luxe qui s'illustrent dans des domaines très divers dont le point commun est d'offrir des produits et des prestations haut de gamme, que les invités de cette soirée pourront découvrir et apprécier. Au total, quinze boutiques et sociétés se sont jointes à American Express : les vins Chapoutier, les automobiles Lexus (qui devraient assurer le transport des invités jusqu'au château), les cigares Davidoff, le chasseur J.M. Weston (qui installera un véritable atelier de bottier où l'on pourra apprécier de visu la qualité de son travail artisanal), les produits de beauté La Prairie (qui sont présents au Spa du Château), l'horloger Jaeger-LeCoultre, qui présentera ses créations dans des vitrines, tout comme le joaillier Van Cleef & Arpels. Enfin, le grand couturier américain Ralph Lauren présentera ses collections lors d'un défilé de mode qui devrait constituer l'un des moments forts de cette soirée, riche en sensations. Dégustations de vins, de cigares et de mets, découvertes de pièces rares de haute horlogerie et de joaillerie, mais aussi de vêtements et accessoires de haut standing, devraient ponctuer cet événement d'exception, tout entier dédié à l'art de vivre.

2490 avenue des Templiers, Vence - Tél. 04 93 58 02 02

American Express is inviting holders of its Platinum and Centurion cards, the most prestigious, to an exclusive social function being held on 9 June at Château Saint-Martin & Spa in Vence. These very special clients enjoy an exceptional class of AmEx services ranging from payments to very upmarket personalised services. Two years ago American Express organised a similar function at Hôtel du Cap Eden Roc, which is owned by the same people as Château Saint-Martin. That night was such a success that American Express decided to repeat the experience in a setting just as prestigious, with top-class facilities and a breathtaking view over the Côte d'Azur.

Luxury and refinement

Chef Yannick Franques is preparing the cocktail-party buffet to be served in the course of the evening. This gifted chef has already been awarded one Michelin star for his marvellous creations and is now hoping for a second. Partnering the function are equally prestigious names: luxury

brands and outlets that stand out in very diverse fields but share the fact that they offer top-range products and services. In all, 15 shops and firms are joining American Express, among them Chapoutier wines, Lexus cars (which will be driving guests to the château), Davidoff cigars, shoemaker J.M. Weston (setting up a bootmaker's workshop where you can see the quality of craftsmanship with your own eyes), La Prairie beauty products (used in the château's spa), watchmaker Jaeger-LeCoultre presenting its creations in showcases, as is jeweller Van Cleef & Arpels. Last but not least, the great American couturier Ralph Lauren is presenting his collections in a fashion show guaranteed to be one of the high points of a truly thrilling evening. Tasting wines, cigars and foods, discovering rare pieces of Haute Horlogerie and jewellery, admiring clothing and accessories of the highest calibre will all be part of this very special function dedicated entirely to the art of living.

BIG PILOT OR ROSE EDITION
SAINT EXUPERY



BIG INGÉNIEUR
CHRONOGRAPHE



IWC

chez Zegg & Cerlati

Spécialiste de la montre sportive, la Manufacture de Schaffhausen excelle à développer ses modèles de base en introduisant chaque fois des innovations de taille. La Grande Montre d'Aviateur présentée ici, offre un design personnalisé à l'image de son dédicataire : le pilote-romancier Antoine de St Exupéry. C'est la 4e édition spéciale que lui dédie la marque. Autre emblème d'IWC, l'Ingénieur est proposé ici dans une version chronographe/flyback, pleine de force et de modernité. -/ A specialist in sports watches, the Schaffhausen manufacture excels at developing its basic models, each time introducing major innovations. The Grande Montre d'Aviateur shown here offers a personalised design reflecting the man it's dedicated to: pilot and novelist Antoine de Saint-Exupéry. This is the fourth special edition the watch brand has dedicated to him. Another IWC emblem, the Ingénieur, is seen here in a chronograph/flyback version imbued with strength and modernity.

BIG PILOT OR ROSE EDITION SAINT EXUPERY

-/BIG PILOT, PINK GOLD, SAINT-EXUPÉRY EDITION
Dédiée à St Exupéry, cette édition de l'un des best-sellers d'IWC est en or rose, cadran tabac, bracelet cuir. Le A de Antoine de St Exupéry figure à 9 h. Le fond est gravé à l'effigie du célèbre pilote-romancier. -/ Dedicated to Saint-Exupéry, this edition of the IWC best-seller is in pink gold with tobacco-brown dial and leather strap. The A for Antoine de Saint-Exupéry can be seen at 9 o'clock and the back is engraved with the effigy of the famous pilot novelist.

BIG INGÉNIEUR CHRONOGRAPHE

Robuste et sportive, cette montre chronographe est dotée du mouvement manufacture Calibre 89360, commande flyback et affichage analogique de longues durées de chronométrage. -/ This robust, sporty chronograph watch is driven by the 89360 calibre manufacture movement with flyback function and analogue display of long chronometer times.

ZEGG & CERLATI
MONTE-CARLO

2, AV. DES SPÉLUGUES
Tél. +377 99 99 66 23

PLACE DU CASINO
Tél. +377 99 99 66 22

24, AV. DE LA COSTA
Tél. +377 99 99 66 24

Par Alexandre Benoist

La saison 2009 commence en beauté pour le parc hôtelier azuréen. Création ou rénovation, les établissements de luxe tiennent le haut du pavé.

Dream hotels

The 2009 season gets off to a very positive start in the Riviera hotel industry, with brand new or renovated luxury establishments leading the field.



Kube Hotel, luxe, tendance et développement durable.



La Réserve de Ramatuelle, un écrin contemporain signé Jean-Michel Wilmotte.



1835 White Palm, une élégance très chic.



Tiara Yaktsa, un hôtel romantique au charme oriental.

Kube Hotel, écolochic

L'idée première du concept Kube Hotel, créé par la société Murano Hotels & Resorts, est de réinterpréter les codes de l'hôtellerie classique dans une combinaison décalée. Résultat, un projet étonnant qui se distingue par une offre véritablement nouvelle à Saint-Tropez. Tout d'abord, une philosophie « écolo chic » au travers de différentes innovations, éclairage LED, qui offre un coût d'exploitation réduit lié à une longue durée de vie et une faible consommation, puits canadien permettant un système de climatisation et de chauffage naturel, véhicules hybrides pour les navettes, mise à disposition de scooters et véhicules 100 % électriques. Côté divertissement, le Kube propose deux restaurants, trois bars (sky-bar, bar à champagne avec vue panoramique, Terrasse Martini et The Ice Kube by Grey Goose, premier bar de glace de la Côte d'Azur), deux piscines dont une chauffée, un spa, une salle de fitness, deux salles de réunion... Côté confort, si les 41 chambres ainsi que la suite (100 m²) offrent toutes une décoration contemporaine, elles sont dotées en plus d'équipements dignes d'un établissement de luxe comme des lits Hästens, la Rolls en la matière.

La Réserve de Ramatuelle ouvre un spa

Michel Reybier, propriétaire de la Réserve, domaine situé à Ramatuelle et composé de douze villas privées à louer, a confié à Jean-Michel Wilmotte le soin de concevoir un nouvel hôtel-spa intégré à la propriété. L'architecte s'est appuyé sur un bâtiment existant, une maison des années 50, pour mener à bien le projet. L'hôtel spa décline des matériaux naturels dans une palette aux tons ocre, blanc et sable. L'idée est ici de faire écho à l'environnement extérieur grâce à une identité valorisant l'esprit nature caractéristique du site, avec sols en pierre, tapis tressés (Paola Lenti, Tai Ping), rideaux de lin ou de coton (Marc Geisen, Kieffer). Tout en privilégiant les lignes contemporaines au design épuré

Kube Hotel, ecochic

The fundamental idea behind the Kube Hotel concept invented by Murano Hotels & Resorts is to reinterpret classic hotel conventions in unusual combinations. The result is an amazing project distinguished by an offering that's genuinely new in Saint-Tropez. First, an ecochic philosophy based on a variety of innovations: LED lighting to reduce running costs because it's long life and low consumption, earthtubing for a natural heating and air-conditioning system, hybrid shuttle vehicles plus all-electric scooters and vehicles for guests' use. In facilities the Kube offers two restaurants, three bars (Sky-bar, champagne bar with panoramic view, Terrasse Martini and The Ice Kube by Grey Goose, the Côte d'Azur's first ice bar), two swimming pools (one heated), a spa, a fitness suite, two meeting rooms and more. Comfort-wise, its contemporary-styled 41 guestrooms and 100m² suite are furnished as befits a luxury hotel, including Hästens beds, the Rolls-Royce in the field.

La Réserve de Ramatuelle opens a spa

Michel Reybier who owns La Réserve, the new complex of 12 private rental villas in Ramatuelle, entrusted Jean-Michel Wilmotte with the task of designing a hotel-spa integrated into the estate. The architect based his project on an existing 1950s house. His hotel-spa features natural mate-

rials in shades of ochre, white and sand, the idea being to echo the natural surroundings by creating an identity based on the nature of the actual site. So there are stone floors, woven rugs (Paola Lenti, Tai Ping) and linen or cotton curtains (Marc Geisen, Kieffer) but nonetheless a definite bias towards contemporary styling through pared design, as can be seen in the rather recherché choice of furnishings by Moroso, Flexform, Poltrona Frau, B&B, Roda... Avec 7 chambres et 16 suites de 42 à 92 m², chacune disposant de terrasses privées ou de jardins, l'établissement propose une atmosphère intimiste et luxueuse. Le spa quant à lui se déploie sur 1 000 m² et propose avec 13 cabines un éventail de soins et d'équipements exhaustifs – hydrothérapie, fangothérapie, soins énergétiques, du corps, anti-âge du visage, séances de relaxation, piscine intérieure avec parcours à jets, piscine extérieure avec pool-house, hammam, salle de fitness...

Tiara Yaktsa, romantic

Housed in a 1930s building perched in the Estérel hills, this romantic hotel sits in idyllic surroundings perfect for lovers' holidays, and indeed the Yaktsa deliberately positions itself for couples. Of course children aren't excluded but as the guestrooms have double beds only, you'll have to take another one for the kiddies (suites can be created). Also part of this couple concept, the bathrooms have only Italian shower units with two rain showers, although the penthouse on the top

comme le prouve le choix assez pointu du mobilier, signé Moroso, Flexform, Poltrona Frau, B&B, Roda... Avec 7 chambres et 16 suites de 42 à 92 m², chacune disposant de terrasses privées ou de jardins, l'établissement propose une atmosphère intimiste et luxueuse. Le spa quant à lui se déploie sur 1 000 m² et propose avec 13 cabines un éventail de soins et d'équipements exhaustifs – hydrothérapie, fangothérapie, soins énergétiques, du corps, anti-âge du visage, séances de relaxation, piscine intérieure avec parcours à jets, piscine extérieure avec pool-house, hammam, salle de fitness...

Tiara Yaktsa, romantique

Créé dans une bâtisse datant des années trente et perchée à flanc des collines de l'Estérel, cet hôtel romantique profite d'un environnement idyllique, parfaitement adapté au séjour en amoureux. Oui, le Yaktsa se positionne volontairement sur une offre couple. Bien sûr, les enfants ne sont pas exclus, mais comme les chambres sont équipées exclusivement de lits doubles, il vous faudra en louer une autre pour eux (possibilité de créer des suites). Toujours dans ce concept à deux, les salles de bains offrent exclusivement des douches italiennes avec deux « rain showers ». Seul le penthouse, situé au dernier étage, propose en plus une baignoire... double évidemment. A part cette particularité, que dire de plus. Bien des choses

car nous avons affaire, ici, à une petite perle hôtelière de luxe, de calme et de volupté offrant 21 chambres et suites. La décoration orientale, conçue par l'architecte d'intérieur Pilar Paiva de Sousa, fait la part belle aux matières nobles sans tomber dans le cliché : incrustation de nacre, cuivres façonnés, bois sculptés, soieries... Une ambiance raffinée, renforcée par un art de vivre orienté vers le plaisir des sens, piscine entourée de bungalows, jardins méditerranéen ou zen, espace lounge, salle de fitness, cabines de massages et de soins (La Prairie, By Terry), restaurant (chef Florent Benoist).

1835 White Palm, élégance raffinée

C'est le dernier-né des hôtels de prestige à Cannes. Si le bâtiment existait déjà (ancien Sofitel), le travail effectué par le cabinet d'architecte Marc Hertrich et Nicolas Adnet, sous la houlette de Nathalie Esclapez (la propriétaire), donne lieu à une refonte totale de l'établissement. Ces spécialistes de l'hôtellerie proposent un projet qui rend hommage à la grande tradition des arts décoratifs français tout en inscrivant l'ensemble dans un registre contemporain. Le choix des matériaux (feuilles d'argent, cuir, boiserie, galuchat, velours...) et des artisans (maître verrier Pictet, maîtres bronziers de la Maison Charles pour les luminaires, créateur de textile-plisseur Petro Seminelli, soyeux de Lyon, pour les soieries), té-

floor does have a bath as well, a double one naturally. This little pearl of a luxury hotel bathed in tranquillity and delectation offers 21 guestrooms and suites. Its oriental decoration conceived by interior architect Pilar Paiva de Sousa focuses on noble materials – mother-of-pearl insets, worked brass, carved wood, silks – but without being clichéd. A refined ambiance reinforced by an art of living favouring sensory pleasures: swimming pool surrounded by bungalows, Mediterranean and Zen gardens, lounge, fitness suite, massage and treatment cubicles (Kanebo, By Terry) and restaurant (chef Florent Benoist).

1835 White Palm, refined elegance

The very latest prestige hotel in Cannes. Although the building already existed (formerly the Sofitel), the work carried out by the Marc Hertrich and Nicolas Adnet architecture practise under the aegis of owner Nathalie Esclapez has resulted in a complete overhaul of the entire place. The architects, who specialise in hotels, came up with a concept that pays homage to the great tradition of French decorative arts while still placing the hotel in a contemporary register. The choice of materials (silver leaf, leather, wood panelling, shagreen, velvet etc) and craftsmen – master glassmaker Pictet, Maison Charles's master bronze workers for the light fittings, textile creator and pleater Petro Seminelli, Lyon silk manufacturers for the silks – prove this desire to create a place of refined luxury with a timeless feel, in which concern for detail confers a feeling of elegance, sobriety and gentleness throughout. Eighty per cent of the 134 guestrooms (16 of them suites) have views of both the sea and the Estérel hills. The catering comprises an organic restaurant plus on the rooftop terrace a gastronomic restaurant serving menus by Reynald Thivet.

Cap d'Antibes Beach Hôtel, contemporary luxury



Cap d'Antibes Beach Hôtel, art de vivre version luxe contemporain.



Grand-Hôtel du Cap-Ferrat, rénovation d'un patrimoine.

moigne de cette volonté d'offrir un lieu au luxe raffiné et à l'esprit inter-porel où le souci du détail confère à l'ensemble une prestance tout en élégance, sobriété et douceur. 80 % des 134 chambres (dont 16 suites) bénéficient à la fois d'une vue sur la mer et les montagnes de l'Estérel. L'offre restauration comprend un restaurant bio et une table gastronomique (sur le toit-terrasse de l'hôtel) dont les cartes sont signées Reynald Thivet.

Cap d'Antibes Beach Hôtel, luxe contemporain

Changement de ton et de nom au Cap d'Antibes avec la renaissance des Pêcheurs. La famille Ferrante, propriétaire des lieux, n'a pas joué la demi-mesure, prouvant ainsi que l'on peut offrir de la modernité sans dénaturer un site chargé d'histoire. L'ancienne bâtisse, entièrement rasée, fait place à un hôtel de luxe, à l'architecture contemporaine, composé de dix juniors suites (40 m²) et cinq suites (55 m²), toutes avec terrasse-ponton afin de profiter pleinement de la vue directe sur la Méditerranée et le jardin privé. L'objectif de la décoratrice Sybille de Margerie a été d'offrir une ambiance en osmose avec cet environnement privilégié et typiquement méditerranéen : omniprésence du bois comme dans un chantier naval, fresques marines, mobilier tressé comme des cordages, grès sable au sol... Modernité oblige, avec des matériaux plus contemporains comme le béton, soit patiné (chambres) soit éclaté (bâtiment) ou le verre. À la direction nous retrouvons Franck Farneti qui aura aussi la charge de la plage privée, un petit bijou dédié au farniente avec 200 m de sable fin – unique au Cap d'Antibes! – ainsi que des trois restaurants dont un gastronomique mené par Nicolas Sale, chef étoilé officiant auparavant à l'Hôtel du Castellet. Nous y reviendrons prochainement plus en détail.

Grand-Hôtel du Cap-Ferrat, faste azuréen

Le palace vient de connaître un vaste programme de rénovation associé à la création d'une extension. Un projet dont l'esprit est signé Pierre-Yves Rochon. L'architecte-décorateur international a imaginé et conçu la décoration à la fois du bâtiment historique mais aussi de La Résidence, la nouvelle aile avec vue sur la mer qui offrira huit suites spacieuses, chacune avec sa propre piscine et 30 m² de terrasse, ainsi que 16 chambres de luxe avec terrasses privées. La décoration intérieure donne l'impression aux clients de séjourner dans une belle demeure privée plutôt que dans un établissement traditionnel. Les matériaux nobles qui ornent les espaces publics ainsi que les somptueux tissus aux tons pastel ont été finement sélectionnés pour mettre en valeur la lumière du soleil qui inonde l'endroit. Grâce à cette nouvelle aile, le Grand-Hôtel proposera dorénavant 49 chambres et 24 suites. Les clients pourront également profiter du spa de 750 m² (piscine couverte, cabines de soins, hammam et sauna privés pour hommes et pour femmes, douche sensorielle) et du magnifique jardin orienté vers la mer et signé par l'incontournable et poétique Jean Mus.

Kube Hotel
Gassin,
route de Saint-Tropez
Tél. 04 94 97 20 00
www.kubehotel.com

La R serve de Rama
tuelle
Ramatuella,
chemin de la Quessine
Tél. 04 94 44 94 44
www.lareserve-ramatuella.com

Tiara Yaktsa
Théoule-sur-Mer,
47 avenue de Miramar
Tél. 04 93 75 05 05
www.tiara-hotels.com

1835 White Palm
H tel
Cannes,
1 boulevard Jean Hibert
Tél. 04 92 99 73 00
www.1835-hotel.com

Cap d'Antibes
Beach H tel
Cap d'Antibes,
10, bd Maréchal Juin
Tél. 04 92 93 13 30
Fax : 04 92 93 15 04
www.ca-beachhotel.com

Grand-H tel
du Cap-Ferrat
Saint-Jean-Cap-Ferrat,
21 boulevard Paul Déroulède
Tél. 04 93 88 02 76
www.grand-hotel-cap-ferrat.com

A change of tone and name on Cap d'Antibes, for Les Pêcheurs has been reborn. The Ferrante family who owns the place hasn't gone in for half measures, thereby proving that you can offer modernity without spoiling a setting charged with history. The old building has been completely demolished and in its place stands a luxury hotel, contemporary in architecture, comprising 10 junior suites (40m²) and five suites (55m²), each with a pontoon terrace for enjoying the view over the Mediterranean and private garden to the full. The aim of decorator Sybille de Margerie was to create an ambience in synch with this very special, typically Mediterranean, setting – wood everywhere like in a boatyard, marine frescoes, rope-like woven furniture, sandstone floors – while injecting modernity via more contemporary materials such as concrete, either polished (guestrooms) or fragmented (building), and glass. Running the place is Franck Farneti who's also in charge of the private beach, a real little gem dedicated to lounging around on its 200m of fine sand – unique on Cap d'Antibes! –, and the three restaurants, one a gastronomic eatery whose Michelin-starred chef Nicolas Sale was formerly at Hôtel du Castellet.

Grand-Hôtel du Cap-Ferrat, Riviera opulence

This luxurious hotel has just been through a vast renovation programme and had an extension added, a project designed by Pierre-Yves Rochon. The internationally known architect and decorator imagined and realised the decoration for both the historic building and La Résidence, the new sea-view wing housing eight spacious suites, each with its own swimming pool and 30m² terrace, plus 16 luxury guestrooms with private terraces. The interior decoration gives guests the impression of staying in a superb private residence rather than a traditional hotel. The noble materials adorning the public areas along with the sumptuous pastel fabrics were very carefully selected so as to enhance the sunlight that floods the whole place. With this new wing, the Grand-Hôtel now offers 49 guestrooms and 24 suites. Its guests can also revel in a 750m² spa (covered swimming pool, treatment cubicles, private hammam and sauna for men and women, sensory shower) and the magnificent sea-facing garden designed by that household name, the poetic Jean Mus.

**POUR 29 900 €*,
JE PARS SANS TOIT. ADIEU.**



VOLVO C70 COUPÉ CABRIOLET FIRST EDITION. Une motorisation 2.0D 136ch, 4 vraies places adultes, un large coffre et un équipement audio performant. A ce prix-là, retrouvez le plaisir de vous échapper. A découvrir sur volvocars.com/fr.



Volvo. for life

CAVALLARI AUTOMOBILES

CANNES/MOUGINS

BRETELLE MONTANTE AUTOROUTE
04 92 18 60 60

P Assuré

NICE CENTRE-VILLE

24 RUE RAIBERTI
04 93 04 34 34

P Assuré

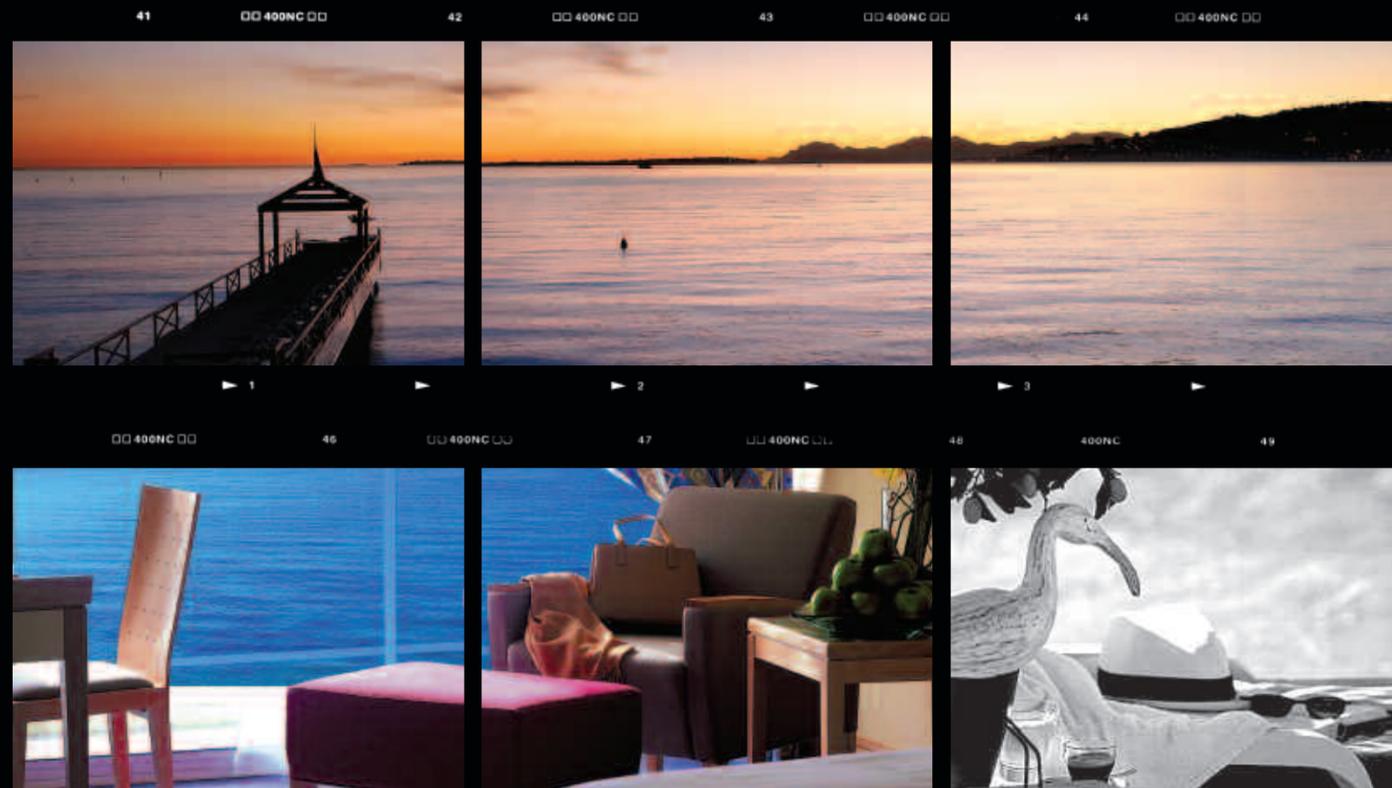
MONACO

BOULEVARD DU JARDIN EXOTIQUE
00 (377) 97 97 40 50

P Assuré

* Offre spéciale : prix public conseillé pour un C70 2.0D First Edition au 03/03/2009, déduit d'une remise de 4 000€, offre non cumulable réservée aux particuliers valable pour toute commande de ce véhicule neuf jusqu'au 30/09/2009 dans le réseau participant, dans la limite des stocks disponibles. Tarif valable en France Métropolitaine. VOLVO C70 2.0D First Edition : consommation Euromix (l/100km) 6.1 - CO2 rejeté (g/km) 161.

LA MER A TOUS LES ETAGES



Comme un paquebot ancré au bord d'une plage de sable fin, Le Garden Beach Hotel vous ouvre le plus beau des horizons, celui de la Méditerranée. Grâce à sa situation, unique vivez la Côte d'Azur telle que vous la rêvez : vue exceptionnelle, plage privée, fitness et douceur des nuits d'été, bercées pas quelques notes de jazz...

Le Garden Beach Hotel est aussi idéal pour les conférences et les séminaires où seul le murmure du rivage rappelle que la détente n'est jamais très loin.

AU CŒUR DE JUAN LES PINS, LE GARDEN BEACH HOTEL, 175 CHAMBRES ET SUITES, 6 SALLES DE REUNIONS, JUSQU'A 10 SALLES DE SOUS COMMISSION POUR VOS INCENTIVES, LANCEMENTS DE PRODUITS ET SEMINAIRES JUSQU'A 200 PERSONNES.

GardenBeachHotel

★★★★★
Juan-les-Pins

15-17 BD. BAUDOIN - BP 89 - 06162 - JUAN-LES-PINS CEDEX FRANCE
T +33(0)4 92 93 57 57 - www.garden-beach-hotel.com



SPÉCIAL MONTRES / TIMEWEAR FEATURE

DOSSIER R ALIS PAR MICHEL FRANCA

LES VALEURS SÛRES / BLUE-CHIP VALUES

PAR MICHEL FRANCA

FACE À LA CRISE, LES HORLOGERS REVIENNENT AUX FONDAMENTAUX : LA QUALITÉ, L'ÉLÉGANCE, BREF, TOUT CE QUI FAIT LE RENOM D'UNE GRANDE MARQUE... -/ IN THE FACE OF RECESSION, WATCHMAKERS RETURN TO FUNDAMENTALS: QUALITY, ELEGANCE AND INDEED EVERYTHING THAT MAKES A GREAT NAME GREAT.

La crise, oui mais... Après un démarrage en fanfare, l'année 2008 s'est soldée par un net ralentissement d'activité, surtout sensible au cours du dernier trimestre. Ce qui n'a pas empêché les exportations horlogères helvétiques d'afficher, en fin d'année, une progression de 6,7 % par rapport à 2007, avec un total de 17 milliards de francs suisses. Début 2009, pourtant, le ralentissement se confirmait, plongeant les horlogers dans la perplexité. Beaucoup se demandaient s'il s'agissait d'un renversement de tendance durable. C'est donc dans un climat d'incertitude que se sont déroulés le Salon International de la Haute Horlogerie de Genève (SIHH), qui s'est tenu cette année en janvier, puis le Salon de Bâle, qui s'est tenu du 26 mars au 2 avril. Les communiqués finaux se sont pourtant voulu rassurants, affirmant que l'essentiel avait été sauvé en termes de volumes d'affaires.

On garde le moral. En dépit de la morosité ambiante, les professionnels veulent en effet rester optimistes. Ils escomptent une reprise rapide, peut-être dès le deuxième trimestre 2009. « Depuis cinquante ans dans l'horlogerie, j'ai connu plusieurs crises et nous nous en sommes toujours sortis », estimait Jacques Duchêne, président du Comité des Exposants du Salon de Bâle, résumant ainsi l'état d'esprit général.

Qualité d'abord. Dans un tel contexte, c'est plus que jamais la qualité qui prime. La crise, en horlogerie, comme en matière financière, favorise les « valeurs refuges ». Incertains de l'avenir, les consommateurs devraient s'orienter vers les grandes marques, dont les produits sont crédités d'une valeur incontestable. La crise pourrait ainsi purger le marché des excès que la croissance exponentielle de ces dernières années, a pu engendrer. Finies les « extravagances » en termes de style et de prix, place aux « fondamentaux », aux belles montres à l'élégance classique, dotées de mécanismes éprouvés.

La part du rêve. Au-delà des incertitudes économiques d'un marché passablement déprimé, les horlogers ne désespèrent pas de faire rêver encore les amateurs, avec des mécaniques à la beauté intangible qui font appel à leur sens esthétique, mais aussi à leur imagination. À l'instar de cette étrange machine présentée par Manuel Emch, le président de Jaquet-Droz, qui ne se contente plus de mesurer le temps, mais l'écrit sur une carte de bristol, nous laissant émerveillés, comme un enfant ébloui devant le spectacle d'un automate dont le fonctionnement semble relever de la magie.

Credit crunch, yes but... After a spectacular start, the overall figures for 2008 showed a distinct drop in business that was especially noticeable in the last quarter. But that didn't stop Swiss timewear exports flaunting an overall growth rate of 6.7% over 2007 and a total value of €17 billion Swiss francs. The beginning of 2009 nevertheless confirmed the slowdown, plunging watchmakers into a state of perplexity with many wondering if this would prove a lasting trend. So it was in a climate of uncertainty that Geneva's SIHH (Salon International de la Haute Horlogerie) was held, this year in January, then Baselworld from 26 March to 2 April. However, the final press releases had a reassuring tone to them, maintaining that in volume-of-business terms standards had been more or less upheld.

Chins up. Despite the global doom and gloom, horology professionals indeed want to stay optimistic and are anticipating a quick return to the norm, perhaps even in this second quarter of the year. "In 50 years in watchmaking I've experienced several recessions and we've always come out of them," points out Jacques Duchêne, president of the Baselworld exhibitors' committee, thereby summing up the general mindset.

Quality first. In such a context, quality is more important than ever since a recession favours blue-chip values as much in timewear as in finance. Consumers uncertain about the future are expected to turn mainly to big names whose products are credited with unquestioned value. Consequently the recession might well purge the market of any excesses that the exponential growth of recent years may have caused. It's goodbye to extravagances in styling and pricing and hello again to fundamentals, to beautiful, classically elegant watches driven by mechanisms that have proved their worth.

The dream part. Over and above the economic uncertainties of a somewhat depressed market, the watchmakers haven't given up hope of still firing watch lovers' dreams through intangibly lovely timepieces that excite their sense of aesthetics but also their imaginations. One example is the strange machine unveiled by Jaquet-Droz chairman Manuel Emch, which doesn't just measure time but actually writes it out on a card, leaving us as wonderstruck as children mesmerised by the sight of an automaton that appears to function by magic.





1000 MIGLIA 2003:
Jacky Ickx / K.-F. Scheufele
Ferrari 750 Monza 1955

Passion

Louis Julian et Fils
JOAILLIERS à CANNES depuis 1862

71, rue d'Antibes - 06400 Cannes - Tél. : +33 (0)4 93 39 30 68



Chopard

CLASSIC RACING COLLECTION
1000 MIGLIA GT XL CHRONOGRAPH



Zegg & Cerlati lance des bijoux aux motifs animaliers.



Martine Julian.

Le concept des boutiques-ateliers de Parmigiani.

60 Croix dédiées au 60^e Anniversaire de la Croix Rouge Monégasque, dont certaines pièces sont encore disponibles. Démarrée elle aussi en 2008, la collection Salamandre continue cette année. Parallèlement, Zegg & Cerlati est plus que jamais impliqué dans de multiples partenariats : le tournoi de tennis de Monte-Carlo, la Star Team (avec le traditionnel match de football et une participation au Tour de France 2009), le Film Festival etc. Tina Zegg est aussi membre du Wine and Business Club, qui se réunit plusieurs fois par an en Principauté, autour d'une dégustation de vin et de conférences données par d'éminents invités. En septembre, le Club accueillera ainsi Jean-Claude Biver, CEO de Hublot, l'une des personnalités les plus en vue de l'horlogerie suisse. Enfin, annonce encore Tina Zegg, « nous proposerons tout au long de l'année, de nombreuses expositions ventes et durant l'été, nous installons une boutique au Monte Carlo Beach. Cela nous permettra d'être plus proche encore de notre clientèle et de mieux répondre à ses désirs. »

Julian & Fils : priorité aux grandes signatures et ouverture d'une boutique exclusive Jaeger-LeCoultre.

Pas de nouvelles marques chez Julian & Fils à Cannes. L'enseigne reste fidèle à son éthique d'excellence et de qualité. Elle continue de diffuser les meilleures références horlogères, qui ont fait sa réputation*. Le grand événement de l'année, c'est l'ouverture (depuis le 2 mai) d'une boutique exclusive Jaeger-LeCoultre, en association avec la célèbre Manufacture Helvétique. Installée au 27 de la rue d'Antibes, elle a été inaugurée pendant le Festival du Film en présence de Jérôme Lambert, CEO de Jaeger-LeCoultre, et de l'actrice Diane Kruger, ambassadrice de la marque. On y trouvera un large éventail des collections de Jaeger-LeCoultre, notamment des pièces spéciales et des grandes complications, dans les trois lignes de produits développés par la Manufacture : Reverso, Master et pendule Atmos. Julian & Fils poursuit par ailleurs sa politique de partenariat. Elle sera présente au Jumping de Cannes (les 11, 12 et 13 juin), où elle remettra un prix, en l'occurrence un bijou. Du 13 juin au 31 juillet, la boutique du 71 de la rue d'Antibes, accueillera une exposition Chaumet, où l'on pourra admirer les nouvelles éditions de la Class One, icône de la marque, qui est déclinée cette année dans une couleur très tendance : le violet améthyste. Les 18 et 19 juillet, Julian participera comme chaque année au tournoi de golf de Taulane.

A Saint-Tropez, Julian reste fidèle à la très haute horlogerie*. Les grands classiques (Rolex, Chaumet, Jaeger-LeCoultre, Audemars Piguet, Vacheron Constantin, etc.) voisinent avec les marques tendance d'esprit sportif, très bien adaptées à l'ambiance tropézienne (Porsche Design, Technomarine...). La boutique développe par ailleurs une offre de bijoux large et variée, qui se signale par une personnalité forte : Pianegonda, Hello Kitty, Messika, Nessa et, surtout, Akillis avec des créations surprenantes, gravitant notamment autour d'un motif de balles de 39 mm et de Kalachnikov. Rayon événement Julian sera, cette année encore, partenaire du tournoi de Polo de Saint-Tropez, prévu en septembre.

Ferret : une boutique Parmigiani, un corner Vertu et des animations autour des grandes marques.

Installé à Monaco, Saint-Jean Cap-Ferrat, Nice, Cap 3000 et Cannes, Ferret est l'une des enseignes de référence de la Côte d'Azur. Elle diffuse toutes les grandes marques horlogères*. L'année 2009 s'annonce riche en nouveautés. Ferret ouvre ainsi une boutique 100 % Parmigiani, au Grand Hôtel du Cap. Dans un luxueux décor, on y retrouvera toutes les créations de haute horlogerie du maître horloger de Fleurier. Ferret avait commencé à diffuser la marque l'année dernière. Elle a connu un beau succès, no-

Club welcomes Jean-Claude Biver, CEO of Hublot and one of Swiss watchmaking's foremost figures. Lastly Tina Zegg announces: "All year long we're organising numerous sales exhibitions and for the summer we're opening a shop inside Monte Carlo Beach Hotel."

Julian & Fils: priority to great names and the opening of a Jaeger-LeCoultre shop.

No new names at Julian & Fils in Cannes. This retailer remains loyal to its ethics of excellence and quality by continuing to stock the best timewear references* that have made its reputation. This year's big event is the opening (on 2 May) of an exclusive Jaeger-LeCoultre shop at 27 Rue d'Antibes, inaugurated during the Film Festival in the presence of Jaeger-LeCoultre's CEO Jérôme Lambert and the brand's ambassador, actress Diane Kruger. Here you'll find an extensive selection from the collections, notably special creations and great complication watches, in the three product lines being developed by the manufacture: Reverso, Master and Atmos clock. Julian & Fils is also pursuing its partnership policy and is attending the Cannes showjumping on 11, 12 and 13 June where it is presenting a prize, a piece of jewellery. From 13 June to 31 July, the shop at 71 Rue d'Antibes is hosting a Chaumet exhibition where you can admire the new editions of the Class One, a brand icon out this year in a very trendy amethyst-blue shade. On 18 and 19 July Julian is taking part, as it does every year, in the Taulane golf competition. In Saint-Tropez, Julian stays loyal to the highest class of Haute Horlogerie*. In addition the shop is developing a wide-ranging and varied offering of jewellery that has real personality: Pianegonda, Hello Kitty, Messika, Nessa and also Akillis's surprising creations gravitating around a motif of 39mm bullets and Kalashnikov. On the events front, again this year Julian is partnering the Saint-Tropez polo tournament in September.

Ferret: a Parmigiani shop, a Vertu shop-in-shop and promotional events for big names.

With branches in Monaco, Saint-Jean-Cap-Ferrat, Nice, Cap 3000 and Cannes, Ferret is a referential name on the Côte d'Azur, one that has a lot happening this year. To start with it's opening a Parmigiani-only shop in the Grand Hôtel du Cap, where in a luxurious decor you'll find all the Haute Horlogerie creations by the Fleurier master watchmaker. Ferret began distributing this brand last year and it's been extremely successful, especially the Pershing chronographs. In Monaco Ferret is installing a shop-in-shop for Vertu telephones, in its existing jewellery

LE CHOIX DES PROS AZURÉENS / THE RIVIERA PROS' CHOICES

LES PLUS IMPORTANTS HORLOGERS-JOAILLIERS DE LA CÔTE D'AZUR PARLENT DES TENDANCES HORLOGÈRES ET DE LEURS NOUVEAUTÉS 2009. -/ THE CÔTE D'AZUR'S MOST IMPORTANT WATCH AND JEWELLERY RETAILERS TALKED TO US ABOUT THE TIMEWEAR TRENDS AND THEIR NEW OFFERINGS IN 2009.

Zegg & Cerlati : dix ans de succès, des collections de bijoux et de montres Maison et de nombreux événements.

Lancé en 1998, Zegg & Cerlati est devenu l'un des leaders européens pour la diffusion des montres de très haute horlogerie. À travers ses trois boutiques monégasques, l'enseigne propose les plus grandes marques internationales* comme Rolex, Patek Philippe, Jaeger-LeCoultre, Cartier, Hublot etc. En 2009, plus que jamais, ils leur restent fidèles. « C'est fondamental pour nous, dit Tina Zegg, de proposer des pièces de haute horlogerie, dans des marques de références qui sont des valeurs sûres, mondialement reconnues. Nous voulons aussi faire rêver nos clients avec des créations au design original. C'est l'objectif des collections que nous lançons, cette année. » La collection Salamandre, créée l'année dernière en liaison avec Act for Nature, sera encore développée. Cinquante nouvelles montres Zegg & Cerlati Place du Casino vont voir le jour. En or, sans pierres précieuses, plus légères, elles proposent des décors luxueux, jouant sur la couleur, des bracelets unis brillants et de nouveaux fermoirs. Cet été, sortira une ligne de bijoux dédiée aux 100 ans du Tuiga, le navire emblématique du Yacht Club de Monaco. Elle sera en vente au Yacht Club et à la boutique Zegg & Cerlati, place du Casino, où, en septembre, une vitrine commémorera l'événement. Une série spéciale de bijoux et d'accessoires est par ailleurs éditée à l'intention des membres du Yacht Club de Monte Carlo, où elle sera exclusivement vendue.

« Nous développons aussi, précise encore Tina Zegg, une ligne de bijoux aux motifs animaliers, qui pourront être personnalisés. Nous proposons de réaliser à la demande des personnes qui le souhaitent, des bijoux à l'effigie de leur animal favori. » À cela, s'ajoutent des accessoires personnalisables, des lunettes et des bijoux très masculins, autour du thème d'un lingot sculpté portant la date de naissance du propriétaire. Enfin, une ligne de bijoux spécifique est destinée aux boutiques Zegg & Cerlati d'Autriche.

Cette extension des collections « maison » avait été amorcée en 2008, pour les 10 ans de l'enseigne, avec le lancement de la première montre Zegg & Cerlati Place du Casino et l'édition de

Zegg & Cerlati: 10 years of success, its own jewellery and watch collections plus numerous events.

Launched in 1998, Zegg & Cerlati is now a leading European retailer for the highest class of Haute Horlogerie products, offering all the biggest international names* in its three Monaco shops and in 2009 staying more loyal to them than ever. "It's fundamental for us to stock Haute Horlogerie pieces by referential brands that are recognised as blue-chip values the world over," says Tina Zegg. "But we also want to fire our clients' imaginations through creations in original designs. That's the aim of the collections we're launching this year."

The Salamander collection created last year in association with Act for Nature is being added to and 50 new Zegg & Cerlati Place du Casino watches are to be released. These are lighter, in gold without gemstones but offering luxurious decors playing on colour, shiny new plain bracelets and new clasps. Then this summer there will be a jewellery line dedicated to the centenary of Tuiga, the Yacht Club de Monaco's emblematic yacht; this will go on sale at the Yacht Club and in the Zegg & Cerlati shop on Place du Casino where in September an entire display case will mark the anniversary. In addition, a special series of jewellery and accessories is being produced for Yacht Club de Monaco members, to be sold only in its clubhouse. "We're also developing a line of jewellery with animal motifs, which will be personalisable," continues Tina Zegg. "We accept commissions from people to make items in the effigy of their favourite animal." To that are added personalisable accessories, eyewear and very masculine jewellery on the theme of a sculpted ingot bearing its owner's birth date. Lastly, there's a special line of jewellery intended for the Zegg shops in Switzerland and Zegg & Cerlati in Austria.

This expansion of the house collections began in 2008, for the retailer's 10th birthday, with the launch of the first Zegg & Cerlati watch, the Place du Casino, and the edition of 60 crosses dedicated to the Monaco Red Cross's 60th anniversary, a few of which are still available. The Salamander collection also launched in 2008 continues this year as well. Alongside all this, Zegg & Cerlati is more involved than ever in numerous partnerships: Monte-Carlo's tennis tournament, the Star Team (with its traditional football match and a participation in the 2009 Tour de France), the Film Festival etc. Tina Zegg also belongs to the Wine and Business Club that meets in the Principality several times a year for a wine tasting and talks by eminent guests. In September the





Edouard Frojo.



La boutique Lepage à Nice.



La boutique Doux à Saint-Tropez.

tamment avec ses chronos Pershing. La boutique du Cap-Ferrat bénéficiera des tout nouveaux aménagements ultraluxueux de l'hôtel, mais aussi des étonnantes nouveautés Parmigiani pour 2009. A Monaco, Ferret installe un corner dédié aux téléphones Vertu dans les Salons de l'Hôtel de Paris. Il viendra s'ajouter à la boutique de joaillerie-horlogerie, déjà existante. Enfin, à Cap 3000, Ferret poursuit ses animations autour de l'horlogerie, dans ses deux points de ventes de la place Centrale et de la Porte d'Antibes. Après Cartier, Rolex et Breitling, Ferret devait consacrer ses prochaines animations à Chopard pour le Festival du Film de Cannes, puis IWC (avec ses nouvelles montres de plongée) et Jaeger-LeCoultre. Enfin, cet été, une animation est programmée autour de Chaumet, qui est l'un des best-sellers de l'enseigne.

Frojo : aménagement de la boutique de Saint-Tropez qui s'affirme comme un spécialiste de la montre joaillière.

La boutique Frojo de Saint-Tropez a profité de la période hivernale pour parfaire ses aménagements, en installant un sas et en peaufinant son décor intérieur. Elle peut ainsi s'enorgueillir d'offrir à ses visiteurs un cadre idéal, à la fois glamour et très tropézien par sa façade qui respecte les couleurs et le style cher au célèbre village. On y retrouve les plus grandes marques* avec cependant une orientation particulière qui fait la personnalité de l'enseigne : « Nous voulons rester, assure Edouard Frojo, des horlogers-joailliers au sens fort du terme. Nous sommes ainsi des spécialistes de la montre joaillière, de la montre bijou. C'est ce qui fait notre identité. » C'est ainsi que la boutique a accueilli les très originales créations de Boucheron, qui connaissent un beau succès. Elles sont venues s'ajouter à celles de Bulgari et Cartier, sans oublier, bien sûr, le corner Chanel, qui propose un large choix des modèles de la marque, dans un environnement spécifique qui en reprend les codes. Rolex bénéficie lui aussi d'un corner avec des créations de très haute tenue, notamment dans le domaine joaillier avec la sublime Oyster Perpetual GMT-Master II Ice, entièrement sertie de diamants. Chaque marque est admirablement présentée dans de très belles vitrines, soigneusement agencées. Aux grandes références « s'ajoutent nos propres créations de bijoux », précise encore Edouard Frojo, qui annonce par ailleurs pour cette année, des expositions-animations autour des marques Panerai et IWC.

Lepage : fidélité aux grandes marques de référence.

En 2009, Lepage continue de diffuser un large choix des plus grandes marques internationales*. La tendance ? « A l'issue des salons de Genève et Bâle, souligne Valérie Lefrançois, les marques horlogères que nous distribuons ont mis en avant leurs innovations dans leur propre manufacture. Nous avons senti une volonté de ces marques à travailler leurs propres mouvements dans la grande tradition horlogère. » 2009, c'est aussi l'année des anniversaires. « Rolex fête les 60 ans de la Datejust Rolesor avec un nouveau modèle. Chez Omega, on célèbre le 40^e anniversaire de l'alunissage de 1969 avec une Speedmaster Apollo 11 en série limitée. Breitling fête son 125^e anniversaire à travers une nouvelle Navitimer, aussi en série limitée. Chez Tag Heuer, on a enrichi la collection Monaco avec un modèle pour son 40^e anniversaire, en série limitée de 1000 pièces. » Des déclinaisons aussi : « Ainsi, Cartier propose ses trois dimensions de la Ballon Bleu en acier. » Dans le domaine sportif, « la mode est à la montre de plongée. Ainsi, la Manufacture Jaeger-LeCoultre crée une Master Compressor US Navy Seals, et Rolex lance sa nouvelle Submariner en or et acier en noir ou dans son bleu inimitable. »

Doux Saint-Tropez : une vitrine de la haute horlogerie.

and timewear outlet inside Hôtel de Paris. Lastly, in Cap 3000 Ferret is continuing its timewear-focused promotional events in its two shops. Following on from Cartier, Rolex and Breitling, Ferret is devoting its next events to Chopard, IWC, Jaeger-LeCoultre and Chaumet, one of its best-selling brands.

Frojo: refitting for the Saint-Tropez shop, now established as a jewellery watch specialist.

The Saint-Tropez shop took advantage of the winter months to have a refit, installing an airlock entrance and refurbishing the interior decoration. Here you'll find the biggest brand names*, but with one particular focus that has established this Frojo's identity. "We want to remain a jewellery/timewear retailer in the strongest sense of the term," Edouard Frojo insists, "so we specialise in jewellery watches, timewear as adornment. That's our identity." Which is why the shop is now stocking Boucheron's highly original creations that are enjoying considerable success. They've been added to those by Bulgari and Cartier, not to mention the Chanel shop-in-shop offering a large choice of models in a specially designed decor imbued with the brand codes. Rolex too has a shop-in-shop to itself, with top-notch creations, notably in the gemset category with the sublime Oyster Perpetual GMT-Master II Ice entirely set with diamonds. Edouard Frojo also announces exhibitions on Panerai and IWC.

Lepage: faithful to great referential brands.

In 2009 Lepage is continuing to stock a wide range of the greatest international brands. The trends? "At the Geneva and Basel shows, the timewear brands we stock were emphasising the innovations in their in-house manufacturing," points out Valérie Lefrançois. "We sensed these brands are keen on developing their own movements in the great tradition of watchmaking." 2009 is also a year of anniversaries. "Rolex is celebrating 60 years of the Datejust Rolesor with a new model. Omega marks the 40th anniversary of the 1969 moon landing with a limited-edition Speedmaster Apollo 11. Breitling celebrates its 125th birthday through a new Navitimer, also in a limited edition. At Tag Heuer the Monaco collection has been enriched by a 40th anniversary model in a limited edition of 1000 watches." There are new versions of old favourites too: "Cartier is offering its Ballon Bleu in steel." And in sports watches: "The vogue is for diving watches, so Jaeger-LeCoultre has created a Master Compressor US Navy Seals and Rolex is launching its new Submariner in gold and steel, in black or that inimitable blue."

Doux Saint-Tropez: an Haute Horlogerie showcase.

Date emblématique que ce week-end de Pâques car s'il annonçait traditionnellement une pluie de chocolats, il annonçait également la très attendue ouverture, pour la 4^e saison consécutive, de la boutique tropézienne de Richard Doux. Tout, à l'intérieur, a été bouleversé afin de présenter un nouvel écrin à des modèles d'exception dans une ambiance feutrée au décor épuré. Aux côtés de somptueuses pièces de joaillerie et haute joaillerie, l'art du temps, chez Doux se décline en modèles de prestige signés Breitling, Tag Heuer, Richard Mille, trois grandes maisons qui allient excellence du design et performances technologiques. A ces marques historiques s'ajoutent cette année les collections Cartier horlogerie et haute horlogerie, les dernières créations Blancpain, dont l'emblématique Fifty Fathoms ainsi que les merveilleux garde-temps de Breguet et de Richard Mille.

Charles Joaillier ouvre à Juan-les-Pins

Laurence Defouilloux, qui exploite une horlogerie-joaillerie à Clermont-Ferrand depuis 17 ans, vient d'ouvrir à Juan-les-Pins l'enseigne de Charles Joaillier. Pourquoi Charles ? « C'est le prénom de mon fils », indique Laurence Defouilloux, qui insiste par ailleurs sur la complémentarité des deux adresses : « A Clermont-Ferrand, nous travaillons surtout l'hiver. A Juan-les-Pins, ce sera plutôt l'été et nous pourrions toucher une clientèle internationale ». Sur 90 m², luxueusement aménagés, au cœur de Juan-les-Pins, Charles Joaillier propose une offre exceptionnelle où se côtoient les plus belles références horlogères et joaillières : Breitling, Chaumet, Jacob & C^o, Hermès, Christian Dior, Dinh Van, Pomellato... La liste devrait encore s'allonger d'ici à l'ouverture, prévue pour le début du mois de juin. En guise de prélude prestigieux, Charles Joaillier avait installé une vitrine Christian Dior à l'Hôtel du Cap Eden Roc, lors de la soirée de l'Amfar, le 21 mai, durant le Festival de Cannes.

Vogtime : un nouveau décor et de nouvelles marques.

Nous l'avons annoncé dans notre numéro de mai : Vogtime change de décor. Place à des agencements nouveaux signés Samy Chams, dans des teintes brunes très jungle évoquant la peau de crocodile. Deux petits salons ont été créés pour recevoir les clients en toute confidentialité. Une surface de vitrines inégalée permet une exposition optimale d'une vingtaine de références horlogères. Aux classiques de la maison* sont venus s'ajouter, cette année, quatre marques réputées pour leur design, mais aussi leur qualité horlogère : Bell & Ross, Oris, Rodolphe et Swarovski, le leader mondial du cristal taillé qui vient de lancer une collection complète de montres.

Temps & Passions : fidélité à des marques créatives et innovantes.

Plus que jamais Patrice Moro est fidèle à ce qu'il aime : les montres créatives et les horlogers qui n'ont pas peur d'innover, de créer de l'inédit. Cette année, il n'a pas été déçu : « Les marques que je diffuse sont au rendez-vous avec des pièces splendides ». Patrice a littéralement craqué pour le nouveau « Tourbillon Steampunk à la grande » de Romain Jérôme ou le « fantastique » Tourbillon d'Alpina. Il a repris aussi les montres Vulcain qui proposent « une petite complication sympa ». Pour le reste, on retrouve toutes ses marques habituelles* dont Gérald Genta, Concord, etc.

Darmand 1937 : des marques de niches à forte identité horlogère.

En 2009, Éric Israël reste fidèle à sa politique : offrir à sa clientèle des montres d'exception et des pièces « coups de cœur », signées par des horlogers talentueux. Sa liste de marques* reste inchangée et l'aménagement de la boutique s'est poursuivi cette année. Après la rénovation de l'intérieur, c'est la façade qui a été refaite. Au niveau des animations, Eric était encore présent cette année, au Festival de Cannes, avec un espace de vente installé au Palm Beach et une grosse soirée organisée à la veille de la clôture du Festival.

* Voir la liste dans notre guide adresses.



La façade de la boutique Charles Joaillier à Juan-les-Pins.

Easter weekend was emblematic this year because in addition to the traditional chocolate eggs it heralded the long awaited opening, for the fourth season running, of Richard Doux's Saint-Tropez shop. The entire interior has been totally remodelled so as to create a new showcase for exceptional models, in understated decor and hushed ambience. Alongside sumptuous jewellery and gemstones, the art of time at Doux is represented by prestige watches bearing the names Breitling, Tag Heuer and Richard Mille, three great watchmakers who combine design excellence with technological performance. These historic names are accompanied this year by Cartier's timewear and Haute Horlogerie collections, the latest Blancpain creations including the emblematic Fifty Fathoms, plus those wonderful, timelessly elegant Breguet and Richard Mille timepieces.

Charles Joaillier opens in Juan-les-Pins

Laurence Defouilloux, who has been running a watch and jewellery shop in Clermont Ferrand for 17 years, decided to open a second shop here named Charles Joaillier (after his son). In luxurious 90m² premises in the heart of Juan-les-Pins, Charles Joaillier displays an outstanding stock that includes the finest references in jewellery and timewear*. As a prestige prelude, Charles Joaillier installed a Christian Dior showcase inside the l'Hôtel du Cap Eden Roc for the Amfar charity night held during the Cannes Festival.

Vogtime: a new decor and new brands.

As we announced in our May edition, Vogtime has had a makeover and the new interior by Samy Chams is all in very jungle-brown hues evoking crocodile skin. Two little lounges have been created too, for receiving clients in complete privacy, plus there's an unequalled expanse of display cases allowing the score of timewear references, among the most fashionable, to really strut their stuff. The Vogtimers goal is to always offer you the very best and most trendy products on the market, so this year the shop's classics have been joined by four brands reputed for their design but likewise their horological quality: Bell & Ross, Oris, Rodolphe and... Swarovski, the world leader in cut crystal who's just launched a complete watch collection.

Temps & Passions: faithful to creative brands.

Patrice Moro is more loyal than ever to what he loves: creative watches and watchmakers who aren't afraid of creating something totally different. This year, "the brands I stock came up with some splendid pieces," says Patrice, who really fell for Romain Jérôme's new Tourbillon Steampunk à la Grande and Alpina's "fantastic" Tourbillon. He's also gone for the Vulcain watches offering "a lovely little complication". Other than that, he still stocks all his usual brands* such as Gérald Genta, Concord etc.

Darmand 1937: niche brands with strong horological identities.

For 2009 Eric Israël stays loyal to his policy of offering his clientele exceptional watches and "special finds" by talented watchmakers. His list of brands is unchanged and his shop makeover continued this year with a new frontage. As for promotional events, Eric was again at the Cannes Festival, with a sales outlet at the Palm Beach and a big party on the night before the festival closed.

* List of brands in our address book.

Marques

Blancpain

Cannes, 27 La Croisette
Tél. 04 93 38 11 11

Boucheron

Monaco, place du Casino
Tél. +377 97 97 42 44
Cannes, 17 La Croisette
Tél. 04 93 38 96 96

Breguet

Cannes, 26 La Croisette
Tél. 04 93 38 10 22

Bulgari

Monaco, av. des Beaux-Arts
Tél. +377 93 50 88 40
Cannes, 19 La Croisette
Tél. 04 92 99 18 00

Cartier

Monaco, place du Casino
Tél. +377 97 97 22 77
Nice, 4 avenue de Verdun
Tél. 04 92 14 48 20
Cannes, 57 La Croisette
Tél. 04 92 59 28 20

Chanel Joaillerie

Cannes, 5 La Croisette
Tél. 04 92 59 08 12

Chaumet

Monaco, avenue
des Beaux-Arts
Tél. +377 97 70 78 28

Chopard

Monaco, place du Casino
Tél. +377 97 70 71 11
Cannes, 9 La Croisette
Tél. 04 92 98 14 42

Franck Muller

Cannes, 50 La Croisette
Tél. 04 92 98 14 42

Fred

Monaco, av. des Beaux-Arts
Tél. +377 93 30 79 00
Cannes, 21 La Croisette
Tél. 04 92 99 60 60

Jaeger-LeCoultre

Cannes, 27 rue d'Antibes
Tél. 04 93 38 18 17

Montblanc

Nice, 2 avenue de Verdun
Tél. 04 97 20 22 30
Cannes, 87 rue d'Antibes
Tél. 04 97 06 16 66

Omega

Cannes, 69 rue d'Antibes
Tél. 04 97 06 58 13

Piaget

Monaco, avenue
des Beaux-Arts
Tél. +377 93 50 44 16
Juan-les-Pins, 9 avenue Guy
de Maupassant

Repossi

Monaco, square Baumar-
chais
Tél. +377 93 50 89 59

Van Cleef & Arpels

Monaco, place du Casino
Tél. +377 93 50 54 08
Cannes, Hôtel Majestic,
10 La Croisette
Tél. 04 97 06 29 95

Multimarques

Arije

Audemars-Piguet, Pierre
Kunz, Piaget, Guy Ellia, IWC,
Franck Muller...
Cannes, Hôtel Carlton,
58 La Croisette.

Barichella

Cartier, Boucheron,
Dinh Van, Pomellato.
Nice, 14 avenue
de Verdun
Tél. 04 93 16 29 16

Bonada

Ebel, Zenith.
Nice, 3 rue Alphonse Karr
Tél. 04 93 88 91 04

Boutiques Aéroport

:Blancpain, Calvin Klein,
Chopard, Chaumet, Dior, Ja-
quet-Droz, Hamilton, Léon
Hatot, Omega, Longines,
Tissot, Rado...
Aéroport Nice Côte d'Azur
Terminal 1 et Terminal 2
Tél. 04 93 21 39 65

Charles Joaillier

Breitling, Chaumet, Hermès,
Jacob & Co, Christian Dior,
Dinh Van, Pomellato...
Juan-les-Pins, 21 boulevard
Edouard Baudoin

Darmand 1937

Franck Muller, Custos, BRM,
Romain Jérôme, Corum,
Pierre Kunz, Jacob & Co,
Vertu, Van der Bauwede,
Aquanautic, TechnoMarine,
Meyers, U Boat, Navitec...
Juan-les-Pins, 9 avenue Guy
de Maupassant
Tél. 04 93 67 77 67

Doux

Breguet, Blancpain, Cartier,
Breitling, Guy Ellia, Haut-
lence, Tag Heuer, Richard
Mille, Harry Winston.
Saint-Tropez,
1 rue François Sibilli
Tél. 04 94 97 04 00

Ferret/Monaco

Quinting, Blancpain,
Michel Parmigiani.
Joaillerie : Vhernier, Damiani.
Corner Vertu.
Monaco, Hôtel de Paris
Tél. +377 97 70 58 48

Ferret/St-Jean Cap Ferrat

Boutique 100 % Parmigiani.
Grand Hôtel du Cap Ferrat

Ferret/Nice

Rolex, Bulgari, Panerai, IWC,
Breitling, Tag Heuer, Chau-
met, Chopard, Piaget, Bul-
gari. Téléphone Vertu
2 avenue de Verdun
Tél. 04 93 87 78 95
Nice, 12 avenue de Verdun
Tél. 04 97 03 63 83

Ferret/Cap 3000

Rolex, Cartier, Jaeger-Le-
Coultre, Chopard, Breitling,
Bulgari, Tag Heuer, IWC,
Tudor...
Place Centrale
Tél. 04 93 31 56 49
Chaumet, Christian Dior,
Longines, Gucci, Baume et

Mercier, Hermès, Mont-
blanc, Péquignet, Armani,
Swarovski,
Dinh Van,
Morganne Bello.
Porte d'Antibes
Tél. 04 93 07 39 60

Ferret/Cannes

Cartier, Jaeger-LeCoultre,
Panerai, Chopard, Bvlgari,
Chaumet, Tag Heuer, Gucci,
Baume & Mercier.
Cannes,
Le Gray d'Albion,
17 La Croisette
Tél. 04 93 68 49 75
et 04 93 38 02 78
Rolex, Cartier, Breitling,
Tag Heuer, de Grisogono,
Corum, Parmigiani, IWC.
Cannes, 9 La Croisette
Tél. 04 92 59 00 51
Cannes, 3 La Croisette
Tél. 04 93 38 08 18

Frojo

Montres : Rolex, Panerai,
Chanel, IWC, Bell & Ross,
Hublot, Bulgari, Cartier, Fred,
Parmigiani, Mauboussin, .
Bijoux : Dinh Van, Chanel,
joaillerie Frojo, Bulgari, Bou-
cheron, Fred, Mauboussin,
Pomellato.
Saint-Tropez
Place de la Garonne
Tél. 04 94 97 58 13

J. Sandoz

Ebel, Tag Heuer, Longines,
Gucci, Hamilton, Frédéric
Constant, Boss, Poiray, Mi-
chel Herbelin...
Cannes, 43 rue d'Antibes
Tél. 04 93 39 74 98

Julian & Fils/Cannes

Rolex, Jaeger-LeCoultre,
Chaumet, Christian Dior, Ze-
nith, De Grisogono,
Ebel, Perrelet, Tudor, Cho-
pard, Hermès, Péqui-
gnet, Porsche.
Cannes, 71 rue d'Antibes
Tél. 04 93 39 30 68

Julian & Fils/Saint-Tropez
Rolex, Tudor, Chaumet, Jae-

ger-LeCoultre, Audemars-Pi-
guet, Vacheron-Constantin,
Chopard, De Grisogono,
Porsche Design, Perrelet,
TechnoMarine, Montblanc.
Bijoux : Pianegonda, Nessa,
Hello Kitty, Messika, Akillis.
Saint-Tropez
Passage du Port
Tél. 04 94 97 20 27

Lepage

Baume & Mercier, Bulgari,
Breitling, Chanel, Chopard,
Christian Dior, Gucci, Jae-
ger-LeCoultre, Longines,
Omega, Rolex, Tudor,
Tag Heuer, etc.
Bijoux : Chopard, Plane-
gonda, Lepage.
Nice, 7 avenue
Jean Médecin
Tél. 04 93 87 84 56

Temps & Passions

Alpina, Gérald Genta,
Hysek, Perrelet, Porsche
design, Romain Jérôme,
Marc Alfieri, Icelink,
Concord, Cabestan, Edox,
Mermod Frères, Bell & Ross,
Aquanautic, BRM. Utinam,
Victorinox.
Joaillerie : Dinh Van, bijoux
Kidou. Accessoires : Scatola
del Tempo, Swiss Kubik, Un-
derwood. Téléphones de
luxe. Boîte à musique :
Reuge.
Monaco, 31 bd des Moulins
Tél. +377 97 77 16 25

Tourbillon

Breguet, Blancpain, Glas-
hütte Original, Omega, Léon
Hatot, Jaquet Droz, Swatch.
Nice, 10 avenue de Verdun,
Tél. 04 93 82 18 47

Véron-Roques

Breitling, Rolex, Boucheron,
Hermès, Chaumet, Dior,
Longines, Tag Heuer, Gucci,
Tudor. Bijoux : Chaumet,
Christian Dior, Vhernier.
Saint-Raphaël,
65 rue Jean Aicard
Tél. 04 94 95 01 74

Vogtime

Alpina, Emporio Armani,
Aquanautic, BRM, Burberry,
Cerfagli, Cerruti 1881, D&G,
Hysek, Ice Link, Haurex,
Pianegonda, KSBros, Nau-
tica, Tissot, U-Boat, Suunto,
Van der Bauwede, Versace,
Victorinox, VIPTIME, Welder,
Yves Bertelin, Bell & Ross,
Oris, Rodolphe, Vanadium,
Yema, Seiko, Michael Kors,
Frédéric Constant, Mor-
ganne Bello et Swarovski
Cannes, 122 rue d'Antibes
Tél. 04 93 68 28 81

Zegg & Cerlati

Place du Casino
Montres : Breguet, Breitling ,
Cartier, De Grisogono , Dela-
cour, Franck Muller, Jacob &
Co, Guy Ellia, Jaeger-Le-
Coultre, Hublot, IWC, Lange
& Söhne,
Patek Philippe, Rolex, Ri-
chard Mille, Zenith, Vache-
ron Constantin,
Zegg & Cerlati.
Bijoux : De Grisogono, Uto-
pia, Zegg & Cerlati
Avenue des Spélugues
Montres : Breitling, Cartier,
Chanel, Ferrari, IWC, Ofi-
cine by Panerai,
Jaeger-LeCoultre, Omega,
Panerai, Rolex.
Avenue de La Costa
Montres : Rolex, Tag Heuer,
Tudor, Eberhard.
Bijoux : Zegg & Cerlati.
Atelier de réparation et
atelier de création Zegg &
Cerlati.
Monaco, Place du Casino
Tél. +377 99 99 66 22
Monaco, 2 avenue des Spé-
lugues
Tél. +377 99 99 66 23 et 24
Monaco, 24 av. de la Costa
Tél. +377 99 99 66 24



NEW VINTAGE 1969
Calibre El Primero 469

JULIAN & Fils - CANNES, ZEGG & Cerlati - MONTE CARLO,
FROJO - MARSEILLE, RAYNAL - AIX EN PROVENCE

PARMIGIANI SUBLIME LE TONDO- GRAPH

Parmigiani sublimes the Tondograph

Le maître de Fleurier associe son chronographe à un Tourbillon. Un exercice de haute horlogerie, mais aussi un défi comme il les aime. Pour habiller ce nouveau Tondograph, il a redessiné le boîtier : plus ample, plus ouvert, celui-ci intègre dorénavant une lunette, offrant ainsi une meilleure expression des indications temporelles du cadran. -/The Fleurier master watchmaker has paired its chronograph with a tourbillon, a Haute Horlogerie exercise but also the kind of challenge it loves. To dress this new Tondograph it has redesigned the case so it's bigger, more open and now has a bezel, thus making the time displays on the dial more expressive.

DANIEL ROTH LANCE L'ENDURER

Daniel Roth launches Endurer

Pour ses 20 ans, la Manufacture Daniel Roth, habituée à un classicisme à forte identité (la forme de son boîtier), inaugure un nouveau style. Son Chrono Sprint Endurer affiche une carrure puissante. Le choix et le traitement des matériaux font le reste, surtout dans la version Black TICH treatment avec cadran et bracelet noirs. -/ For its 20th birthday the Daniel Roth manufacture, which usually goes for classically shaped cases with strong identities, has inaugurated a new style. Its Sprint Endurer chronograph flaunts real stature and the choice and treatment of the materials do the rest, particularly in the Black TICH version with black dial and strap.

Daniel Roth
Chrono
Sprint
Endurer.



Michel Parmigiani Tondograph.



Ralph Lauren Sporting World Time.



Guy Ellia Tourbillon Magistère II.



Swarovski D. light affichage électronique.

RALPH LAUREN LANCE SES MONTRES

Ralph Lauren launches timewear

Ralph Lauren, géant mondial du prêt-à-porter, lance trois collections de montres, réalisées en partenariat avec le groupe horloger Richemont. La collection Stirrup reprend l'emblème de Ralph Lauren : l'étrier. Disponible en 3 tailles, dotée d'un mouvement Swiss Made, elle est en or rose avec ou sans diamants. La Slim Classique affiche une élégance distinguée. Disponible en or rose ou platine, elle loge un mouvement ultraplât de 2,1 mm. Enfin, la collection Sporting propose trois modèles : la Classic, en acier sur cuir, et deux complications – un chronographe, en acier sur cuir ou acier, et un modèle World Time avec second fuseau horaire, en or rose ou blanc. -/ Ralph Lauren launches his first three watch collections. The Stirrup collection focuses on that Ralph Lauren emblem; available in three sizes and driven by a Swiss-made movement, it comes in pink gold with or without diamonds. The Slim Classique collection flaunts a distinguished elegance; this comes in pink gold or platinum and is driven by an ultra-thin (2.1mm) movement. Lastly, the Sporting collection offers three models: the Classic in steel on leather and two complication watches, a chronograph in steel on leather or steel and the World Time in pink or white gold with a second time zone.

PERRELET TURBINE

Jaeger-LeCoultre celebrates the Byblos

Spécialiste du double rotor, Perrelet l'utilise de façon innovante pour donner une singulière modernité à son style, à la base plutôt classique. Témoin cette étonnante montre Turbine en titane dont le look est furieusement contemporain, surtout dans sa version all black, dotée d'un sous cadran rouge. -/ Perrelet's speciality is the double rotor, which it uses in an innovative way to give its basically rather classical styling a singular modernity, as seen in the amazing titanium Turbine, so furiously contemporary in looks especially in the all-black version with red under-dial.

57^E EDITION DE LA GIRAGLIA ROLEX CUP

57th Giraglia Rolex Cup

C'est un rendez-vous annuel très attendu des amateurs de voile. Créée en 1953, la Giraglia Rolex Cup propose toujours des plateaux exceptionnels. La 57^e édition se déroulera du 13 au 20 juin 2009, à partir de Saint Tropez. Le départ de la course est prévu le mercredi 17 juin. Les monocoques engagés dans l'épreuve s'élanceront pour un périple légendaire de 243 milles, reliant Saint Tropez à Gênes, via le rocher de la Giraglia au nord du Cap Corse. Le record à battre est détenu par Neville Crichton sur Alfa Romeo, avec un nouveau temps de référence de 18 heures 3 minutes et 15 secondes, établi en 2008. -/ Since it started in 1953, the annual Giraglia Rolex Cup has always been eagerly awaited by amateur sailors as it never fails to attract an impressive line-up of competitors. The 2009 edition running from 13 to 20 June starts in Saint-Tropez. The race itself begins on Wednesday 17 June, when the competing monohulls set sail on a legendary 243-mile course from Saint-Tropez to Genoa via the Giraglia rock to the north of Cap Corse. The record to beat is held by Neville Crichton on Alfa Romeo, who in 2008 set a new fastest time of 18hr, 3min, 15sec.



Perrelet Turbine.

SOPHISTICATED GUY ELLIA

Sophisticated Guy Ellia

Le joaillier (qui propose cette année une fabuleuse collection de bijoux aux pierres imposantes) affirme sa légitimité horlogère à travers des pièces à l'évidente personnalité. Mêlant sophistication technique et design à la fois audacieux, technique et très raffiné, elles irradiant une identité forte, à l'instar de son Tourbillon Magistère II, qui voisinent avec d'autres modèles tout aussi audacieux : la Jumbo Heure Universelle, dotée d'un second fuseau horaire, ou la très élégante Tonneau au design délicatement féminin. -/ The Jeweller, who this year offers up a fabulous jewellery collection with imposing stones, confirms his horological legitimacy through watches with obvious personality. Mixing technical sophistication with designs that are daring, technical and yet very refined, these timepieces exude a strong identity, examples being the Jumbo Heure Universelle and the Tourbillon Magistère II.



Panerai Luminor 1950 Regatta Rattrapante.

LES VOILES D'ANTIBES / The Voiles d'Antibes

La régates antiboise, qui se déroulera cette année du 3 au 7 juin, est la première étape du Panerai Classic Yachts Challenge, qui fête en 2009 ses cinq ans. Le circuit est sponsorisé depuis sa création par Officine Panerai, la société florentine de Haute Horlogerie. Le Panerai Classic Yachts Challenge se poursuivra ensuite, toujours en Méditerranée, à Porto Rotondo en Italie (du 10 au 13 septembre) et s'achèvera à Cannes avec les Régates Royales (du 21 au 26 septembre). Panerai édite à cette occasion, une série spéciale (500 pièces) de montres : ce sera, cette année, une Luminor 1950 Regatta Rattrapante 44mm, DLC. -/ Antibes's regatta, taking place from 3 to 7 June, is the first stage in the Panerai Classic Yachts Challenge celebrating its fifth birthday this year and sponsored from the start by Officine Panerai, the Haute Horlogerie Florence watchmaker. After Antibes, the Panerai Classic Yachts Challenge moves on to Porto Rotondo in Italy from 10 to 13 September before finishing with the Régates Royales in Cannes from 21 to 26 September. For the occasion Panerai always produces a special series of 500 watches, this year a 44mm Luminor 1950 Regatta split-seconds DLC.

L'HEURE SELON SWAROVSKI

Time as Swarovski tells it

Le leader du cristal taillé lance une collection de montres tout en transparences, qui s'adresse à « une femme aux multiples facettes ». Les modèles sont ainsi inspirés par « la vie, le jour, la nuit, chaque moment de la vie d'une femme indépendante et moderne, qui connaît la mode ». Au total, donc, 5 lignes : Octea, Baguette, Piazza, Elis et une étonnante montre D.Light à affichage électronique, créée par le designer

horloger Eric Giroud. -/ The cut-crystal leader is launching a collection of watches that are all transparency and intended for multi-faceted women. These models have been inspired by "life, day, night, every moment in the life of independent modern women who know about fashion". All in all there are five lines: Octea, Baguette, Piazza, Elis and an astounding D.Light watch with electronic display created by horology designer Eric Giroud.

EBEL TEKTON... IS-SIME !

Ebel Tekton...issimo!

L'architecte du temps a manifestement peaufiné son chrono Tekton comme un édifice de grand style où l'harmonie de l'ensemble fait écho à la minutie du détail. Il est proposé cette année dans une version en titane all black. Par ailleurs, il est décliné dans la collection dédiée aux grands clubs de football avec une version Real de Madrid, une version Ajax d'Amsterdam et une version OL (Olympique Lyonnais). -/ The architect of time has quite evidently honed the Tekton chronograph as if it were a tremendously stylish building in which harmony of whole echoes meticulousness of detailing. This year it's offered in an all-black titanium version and can also be found in the collection dedicated to great football clubs, in Real de Madrid, Amsterdam Ajax and Olympique Lyonnais versions.

CONCORD DÉFIE LA PESANTEUR

Concord defies gravity

Concord a mis sur orbite, lors du dernier Salon de Bâle, une sorte de vaisseau spatial horloger dont la technologie et le design ambitionnent de nous projeter vers l'avenir. Une boîte surdimensionnée (48,5 mm de diamètre et 22 mm d'épaisseur) à la carrure puissante, logeant un tourbillon bi-axial qui semble en suspension dans l'espace, et une réserve de marche verticale, propulse ce C1 Quantum Gravity dans ce qui pourrait bien être une stratosphère horlogère...

-/ At the last Baselworld, Concord sent into orbit a sort of horological spaceship whose technology and design definitely take us into the future. The powerfully built, oversized case (48.5mm diameter, 22mm deep) houses a bi-axial tourbillon apparently suspended in space plus a vertical power reserve, propelling this C1 Quantum Gravity into what may well be a horological stratosphere.

HAUREX®

— I T A L Y —



MANGUSTA COLLECTION

DARMAND 1937 - Juan Les Pins IGUANE - Juan Les Pins
 NIAGARA - St.Tropez VOGTIME - Cannes MYRINA - Paris

WWW.HAUREX.COM



MANGUSTA GENT
 Ref. 3R326UMN
 Quartz Chronograph with date
 Stainless Steel
 Case Rose Gold plating IP
 Stainless Steel Screw Back
 Rubber Band
 Buckle
 Water Resistant 100 mt.



BLAZE
 Ref. 3R333UMH
 Quartz Chronograph
 Stainless Steel
 Case Rose Gold plating IP
 Stainless Steel Screw Back
 Rubber Band
 Butterfly
 Water Resistant 50 mt.



MAESTRO
 Ref. CA330USS
 Mechanical chronograph
 manual winding
 Stainless Steel Case
 Stainless Steel Screw Back
 Genuine Leather Band
 Deployante
 Water Resistant 30 mt.



SAN MARCO
 Ref. 1J311UGG
 Multifunction Quartz with date
 Stainless Steel
 Case IP plating grey
 Stainless Steel Screw Back
 Rubber Band
 Deployante
 Water Resistant 100 mt.

HAUREX®

— I T A L Y —

The Brand Haurex was born in Bologna in 1989 from an idea of the two promoting partners Maurizio Bianchini and Giuseppe La Giusa. Since its establishment, it's had the aim to propose to its selected resellers, products of a price range in line with the market requests, always up to date and of great quality. Today the brand has spread in relevant foreign markets through an attentive distribution policy which collocates it into the most exclusive jewelleries in the world. The management, consisting of the board of the three partners and owners of the brand, Maurizio Bianchini, Giuseppe La Giusa and Stefano Turrini, today runs an important and sharply rising Italian reality, which in the last few years has seen a constant growth both in the Italian and in the foreign market, counting now over 40 countries in which Haurex is distributed.



November 2008: In Kevin Costner's villa in Santa Barbara, California, the photographer Bruce Serafin on the photo reportage set, has taken the shots of next Haurex advertising campaign that will be on the main Italian magazines in 2009. Kevin Costner represents an important turning point for Haurex as the new distributional policy chosen from the brand aims to a high positioning both in the world and in Italy. Haurex intends to give a resolute response to the public that desires a product of high quality but accessible, mostly in a moment of great economical uncertainty. The 7 times Oscar winner American actor, for the first time collaborates with a watch brand and Haurex is honoured by this agreement signed in person by the owners and the American actor in Los Angeles. Kevin Costner appreciated the strong lines and details of the latest collections that the watch company from Bologna has created. The photo shots, in fact, enclose his great charm, that the watches contribute to emphasize. One of the men, still considered to be amongst the most sexy worldwide, chose a lifestyle, a way of appearing, a concept, that's the Haurex world today

CYRILLE VIGNERON PRÉSIDENT DE CARTIER FRANCE / CHAIRMAN OF CARTIER FRANCE



GRAND MILLÉSIME POUR CARTIER. LA MARQUE PROPOSE UNE NOUVELLE MONTRE BAIGNOIRE ET DÉVELOPPE SA COLLECTION DE HAUTE HORLOGERIE. -/ IT'S A GREAT VINTAGE YEAR FOR CARTIER, BRINGING US A NEW BAIGNOIRE WATCH AND EXPANDING ITS HAUTE HORLOGERIE COLLECTION.

COTE : Dans la période de crise que nous traversons, quelles sont les valeurs qui vous paraissent essentielles ?

Cyrille Vigneron : La confiance, la sincérité, l'authenticité, l'audace, la créativité, le respect, la solidarité, la joie de vivre ! En fait, les mêmes valeurs qu'en période de non-crise. Mais leur importance est redoublée.

Vous lancez une nouvelle Montre Baignoire, qu'est-ce qui la caractérise ?

L'élégance, le raffinement, la douceur, l'équilibre, le galbe, le caractère bien trempé d'une féminité assumée. La Baignoire est l'un de nos intemporels. Réinterprétée dans une nouvelle expression, elle redouble de séduction raffinée et discrète. Elle sera disponible en boutiques dès le mois de juin, pour certains modèles.

Quelles sont les nouveautés marquantes de l'année 2009, en termes de produits ?

L'année est très riche. Nous venons de lancer la version acier de la montre Ballon Bleu, qui est déjà un grand succès, de même qu'une nouvelle collection de bijoux Trinity, bagues, bracelets, sautoirs, féminins et sensuels, de belles nouveautés également du côté de Marcello (le sac vedette de Cartier, ndr), en attendant la nouvelle Baignoire, de magnifiques montres joaillerie et une nouvelle collection de Haute Joaillerie cet automne. Les hommes ne sont pas en reste avec une ligne complète de montres de haute horlogerie, qui fait suite à la Ballon Bleu Tourbillon Volant, lancée l'année dernière.

Comment voyez-vous l'avenir ?

L'avenir proche reste incertain et incite à la prudence, tout en restant confiants, optimistes et lucides. Notre maison est solide, le bilan de notre groupe très sain, notre créativité intacte, nous restons fidèles à nos clients, qui nous prouvent chaque jour leur attachement et leur intérêt. Nous sommes également solidaires de nos partenaires et cette crise est l'occasion de resserrer nos liens. S'il est difficile de prédire la période de sortie de crise, le luxe authentique en sortira conforté, et attractif pour une part grandissante de la population mondiale, notamment asiatique, que nous sommes prêts à accueillir sur place (nous sommes déjà très implantés en Chine, à Hong Kong, comme au Japon, en Corée, sans oublier le Moyen-Orient en plein développement) comme en France, championne de la diversité culturelle.

JÉRÔME LAMBERT CEO DE JAEGER-LECOULTRE / CEO OF JAEGER-LECOULTRE



COMME EN 2008, POUR SES 175 ANS, JAEGER-LECOULTRE ÉTONNE CETTE ANNÉE ENCORE, PAR LA RICHESSE DE SES NOUVEAUTÉS. -/ AS IN 2008, FOR ITS 175TH ANNIVERSARY JAEGER-LECOULTRE AGAIN ASTOUNDS US WITH ITS SUPERB NEW WATCHES.

COTE : Quelles sont les grandes lignes de vos nouvelles collections ?

Jérôme Lambert : La Master Grande Tradition est la nouvelle ligne présentée au SIHH du mois de janvier. Un subtil mélange de tradition et d'innovation technologique. On a présenté également les nouvelles Master Compressor Diving en partenariat avec les Navy Seals, l'unité d'élite des nageurs de combat de l'armée américaine. On retrouve aussi une collection de montres en émail puisque Jaeger-LeCoultre est l'une des Manufactures horlogères qui fabriquent l'ensemble de ses garde-temps de A à Z et qui possède son propre atelier d'émaillage. Enfin, nous proposons une nouvelle dimension pour la Reverso, le modèle icône de la maison, qui se voit attribuer une taille typiquement masculine et plus fine.

Quels événements et partenariats allez-vous développer en 2009 ?

Nous restons fidèles à nos engagements avec le polo à travers les tournois les plus reconnus dans le monde et les meilleurs ambassadeurs puisque cela fait partie de notre histoire (La Reverso a été créée dans les années 30 pour les joueurs de polo qui ne voulaient pas briser le verre de leur montre en pratiquant leur sport favori). Nous maintenons le partenariat avec Aston Martin et retournons même au Mans dans la catégorie reine. Côté culture, et pour la 5^e année, nous soutenons le festival de cinéma de Venise, la Mostra, et la photographie, à travers notamment nos liens avec le Musée du Jeu de Paume qui sont toujours d'actualité. D'autre part, nous continuons notre implication dans la protection de l'environnement et dans de nombreuses actions locales et internationales. Afin de sensibiliser l'opinion publique mondiale et d'apporter son soutien à la protection des sites marins, la Manufacture s'est investie dans un partenariat appelé Tides of time auprès de l'UNESCO.

Vous ouvrez une boutique à Cannes, pourquoi ce choix ?

Cannes est une ville mythique et glamour, le lieu idéal pour ouvrir une boutique dans le Sud. Ce nouvel écrin, dirigé par notre partenaire Julian, nous permettra d'accueillir aussi bien des clients recherchant des pièces exceptionnelles horlogères ou joaillères que des clients désireux de voir l'ensemble de notre collection avant de choisir le garde-temps de leurs rêves. Ces collections sont présentées dans un concept fidèle à l'esprit Art déco, jouant sur la symétrie, la géométrie, les lignes épurées. On y retrouvera le calme et la sérénité de la Vallée de Joux, berceau d'inspiration des "artisans du temps". Cannes sera ainsi la troisième boutique Jaeger-LeCoultre en France après Paris Place Vendôme et Lyon.

What are the main lines of your new collections?

The Master Grande Tradition is the new line we unveiled at the SIHH in January, a subtle mix of tradition and technological innovation. We also presented the new Master Compressor Diving watches in partnership with the Seals, the US navy's elite combat-swimmer unit. Then there's a collection of enamelled watches; Jaeger-LeCoultre is one of the watch manufactures that builds all its movements itself from A to Z and has its own enamelling workshop. And we're bringing out the Reverso, our iconic model, in a new size that's typically masculine yet more delicate.

In what events and partnerships will you be involved in 2009?

We're still as loyally committed to polo, taking part in the world's most renowned tournaments and engaging the best ambassadors, because that's part of our history. We're continuing our partnership with Aston Martin and are even returning to Le Mans in the top category. On the culture front, for the fifth year running we're backing Venice's Mostra film festival and photography, notably via our ongoing links with the Musée du Jeu de Paume in Paris. Then again we're continuing our involvement in protecting the environment and in numerous local and international activities. In order to help protect marine environments the Manufacture is partnering the UNESCO Tides of Time initiative.

You're opening a shop in Cannes, why have you chosen there?

Cannes is a city of myth and glamour, the ideal place to open a shop in the south. This new showcase run by our partner Julian will allow us to serve our clients looking for exceptional mechanical or jewellery watches as well as those wanting to look at our entire collection. These collections will be displayed in a concept decor that reflects the Art Deco spirit by playing on symmetry, geometry and pared lines. The shop will exude the calm and serenity of the Vallée de Joux, birthplace of inspiration for the "artisans of time". Cannes will be the third Jaeger-LeCoultre shop in France, after Place Vendôme (Paris) and Lyon.

LUIGI MACALUSO PRÉSIDENT DES MONTRES GIRARD-PERREGAUX ET JEANRICHARD / CHAIRMAN OF GIRARD-PERREGAUX AND JEANRICHARD WATCHES



LE GROUPE SOWIND DÉVELOPPE DES PRODUITS DE TRÈS HAUTE HORLOGERIE. ENTRETIEN AVEC SON PDG, LUIGI MACALUSO. -/THE SOWIND GROUP DEVELOPS HIGH-GRADE HAUTE HORLOGERIE PRODUCTS. WE INTERVIEWED ITS CEO, LUIGI MACALUSO.

COTE : Quelles sont les spécificités de Sowind ?

Luigi Macaluso : Nous fabriquons environ 15000 montres par an chez Girard-Perregaux et 5000 chez JeanRichard. Nous sommes une vraie Manufacture horlogère. Nous contrôlons tout le processus de production. Nous concevons et fabriquons nos mouvements. Actuellement, il y a plus de cent différents mouvements développés par nous.

Que peut apporter votre association avec le groupe PPR de François Pinault ?

C'est un plaisir de travailler avec eux. Ils ne sont pas présents dans le domaine de l'horlogerie, mais ils possèdent une structure de gestion formidable et une énorme expérience en matière de commerce de détail. On collabore beaucoup avec eux, dans le domaine de la logistique, de la vente. Nous allons ainsi ouvrir prochainement un magasin à New York, sur Madison Avenue.

Quelles sont les nouveautés marquantes de l'année 2009 chez Girard-Perregaux ?

Nous présentons un joli tourbillon à deux ponts sur la boîte Vintage 1945. On propose une forme de pont plus dépouillée. La boîte aussi a été un peu redessinée. Elle est plus galbée de façon à être plus agréable à porter. Nous proposons aussi un Quantième annuel, très intéressant, sur la boîte 40mm de la collection 1966. Nous avons aussi créé une très belle montre à fuseaux horaires, avec des matériaux hi-tech. Son style est très dépouillé, très léger.

Vous semblez très attentif au style de vos montres ?

Nous cherchons toujours à améliorer nos montres, à les rendre plus belles et plus fonctionnelles. Ainsi, nous avons fait évoluer nos boîtes. Je suis architecte de formation et je reste très attentif au design. Je cherche toujours de nouvelles solutions pour alléger nos montres, les rendre plus ergonomiques et faciles à porter.

Quel est votre politique actuelle de partenariat ?

Nous recherchons des partenariats cohérents avec l'image de la marque. Nous avons choisi de nous orienter vers l'univers culturel, la musique, l'art contemporain ou le design. Nous sommes par exemple sponsor du Design Museum de Londres. Cette orientation correspond bien à nos produits, qui sont, si vous me permettez l'expression, très « culturels », dans la mesure où ils s'adressent à des gens qui ont une certaine culture, ceci dit sans aucune arrogance. Nous entendons la culture dans un sens large. Ça peut être aussi pour nous l'automobile, qui a un rapport évident avec le design. Nous sommes ainsi partenaires du concours d'élégance automobile de Côme.

What is special about Sowind ?

We make around 15,000 watches a year at Girard-Perregaux and 5000 at JeanRichard. We are a genuine watch manufacture, we control the entire production process and we design and manufacture our movements, to date more than 100 different ones.

What can your partnership with François Pinault's PPR group give you ?

PPR isn't involved in watchmaking but it does have a top-class management structure and a huge amount of retail experience. We work a lot with them on logistics and sales, so we're soon to open a shop in New York, on Madison Avenue.

Which are your most important new products this year ?

We have a pretty two-bridge tourbillon in the Vintage 1945 case; the shape of the bridges has been pared and the case too has been slightly redesigned so that it's more contoured. We're also offering a very interesting annual calendar watch in the 40mm case that's part of the 1966 collection. And we've produced a very lovely time-zones watch in hi-tech materials; its style is very pared and light.

You seem to pay considerable attention to the styling of your watches.

We're always seeking ways of improving our watches and making them more beautiful and functional. I trained as an architect so I pay a lot of attention to the design.

What is your present partnership policy ?

We look for partnerships in synch with our brand image; we've chosen to focus on the world of culture – music, contemporary art, design, for example we sponsor the London Design Museum. This is a very good match for our products because they're very cultural in the sense that they're aimed at people who are cultured. I don't mean that arrogantly, we think of culture in the broadest sense so it can also mean cars, which have an obvious link with design; we partner the Como historic car elegance competition.

RICHARD MILLE PRÉSIDENT DES MONTRES RICHARD MILLE / CHAIRMAN OF RICHARD MILLE WATCHES



EN MOINS DE 10 ANS, IL A RÉVOLUTIONNÉ L'UNIVERS DE LA HAUTE HORLOGERIE AVEC DES MÉCANIQUES DE POINTE. IL PROPOSE, CETTE ANNÉE, 9 NOUVEAUX MODÈLES ! -/ IN LESS THAN 10 YEARS HE'S REVOLUTIONISED THE HAUTE HORLOGERIE WORLD WITH SPEARHEAD WATCH MOVEMENTS. THIS YEAR HE'S OFFERING NO LESS THAN 9 NEW MODELS!

COTE : Dans le climat de crise, qui caractérise la période actuelle, quelles sont les valeurs qui vous paraissent essentielles ?

Richard Mille : La situation économique n'a pas d'effet direct sur la marche des affaires. Je continue à créer des montres. C'est tout ce qui m'amuse et me comble. J'ai la chance de travailler sur un créneau de prix qui n'est pas touché. Je ne vais donc pas modifier ma stratégie. C'est aussi ce que mes clients attendent de moi.

Vous présentez cette année de nombreuses nouveautés. Est-ce un choix délibéré ?

Non ce n'est pas un choix délibéré, mais il tombe à pic ! La sortie de ces modèles était prévue bien avant la crise. En effet, les temps de développement sont si longs que j'aurais été un devin...

Quelles sont les innovations majeures que vous introduisez ?

Cette année, je propose neuf modèles parmi lesquels la montre femme RM 019 Nœud Celtique, la RM 021 Aérodyne, la montre de plongée RM 025, la montre mixte RM 023 ... La RM 019 Nœud Celtique s'inscrit dans une volonté de développer la montre femme, avec un modèle à la fois extrêmement technique et incroyablement esthétique et sophistiqué. En effet, la platine du mouvement en onyx poli est superbe. Quant au décor, extrêmement difficile à réaliser, il s'inscrit dans une démarche romantique et onirique. L'ensemble est léger et élégant. La platine de mouvement du tourbillon RM 021 Aérodyne a une structure en nid d'abeille et en titane. Ce concept est généralement réservé à l'aéronautique et au spatial. C'est une prouesse technique et une grande satisfaction que d'avoir pu le réaliser à cette taille ! La montre mixte RM 023 s'inscrit dans une offre de montres de taille plus réduite, unisex. La montre de plongée RM 025 est un produit extrême avec une lunette tournante à poussoirs d'une complexité totale. Au final, cette montre à la personnalité très forte, possède malgré sa forme ronde tous les codes d'une montre Mille.

Avez-vous de nouveaux partenariats en préparation pour 2009 ?

Le Grand Prix de Pau Historique qui se déroulera du 22 au 24 mai 2009 et qui aura lieu tous les deux ans, en alternance avec le Mans Classic dont je suis partenaire principal. Cela va être un très bel événement auquel je suis heureux de m'associer comme chronométrier officiel et, bien sûr, comme passionné de courses automobiles et de voitures de collection. Ce Grand Prix, c'est un rêve d'enfant. Tous les grands pilotes – Fangio, Nuvolari, Trintignant, Clark, Stewart, Brabham jusqu'à récemment Lewis Hamilton – l'ont gagné. Toujours sur le plan sportif, notre histoire d'amour avec Felipe Massa, Nicolas et Jean Todt, Art GP continue. L'année 2009 verra aussi l'ouverture d'une boutique aux USA, à la suite de Pékin.

During this ongoing recession, what do you feel are the essential values ?

The economic situation isn't having any direct effects on my business. I'm still creating watches, the only thing I find enjoyable and fulfilling. I'm lucky enough to work in a price range that isn't affected so I shan't be altering my strategy. That's also what my clients expect of me.

This year you're bringing out numerous new models. Was this a deliberate decision ?

No it wasn't, but it's happened at the right time! Commercialisation of these models was planned well before the recession.

What are the most important innovations you're introducing ?

This year I'm offering nine models including the RM019 Celtic Knot ladies' watch, the RM021 Aerodyne, the RM025 diving watch and the RM023 unisex watch. The RM019 Celtic Knot expresses our desire to develop ladies watches. The movement's baseplate in polished onyx is superb and the decoration, which is extremely difficult to create, expresses a romantic, oniric approach. The tourbillon movement baseplate in the RM021 Aerodyne has a honeycomb structure and is in titanium, a concept generally reserved for the aeronautical and space industries, so it's a tremendously satisfying technical feat to have succeeded in producing it in this size! The RM023 is part of our offering of smaller unisex watches. The RM025 diving watch is an extreme product with an immensely complex revolving bezel with pushpieces. This watch has a very strong personality and despite being round possesses all the characteristics of a Mille timepiece.

Have you any new partnerships in the pipeline for 2009 ?

The Pau Historic Grand Prix taking place from 22 to 24 May this year and henceforth every two years, alternating with the Le Mans Classic of which I'm principal partner. That's going to be a very fine event I'm happy to be associated with as official timekeeper, and of course as a devotee of motor racing and collector cars. This Grand Prix is a childhood dream, all the great drivers have won it. Still in the sports arena, our close relationships with Felipe Massa, Nicolas and Jean Todt and Art GP continue. Plus this year we're also opening a shop in the USA, following the one in Beijing.



THIERRY STERN VICE-PRÉSIDENT DE PATEK PHILIPPE / VICE-CHAIRMAN OF PATEK PHILIPPE

LA GRANDE MAISON TABLE, CETTE ANNÉE, SUR DES VALEURS D'EXCELLENCE ET DE TRADITION. -/ THIS YEAR THE GREAT WATCHMAKER PUTS ITS FAITH IN EXCELLENCE AND TRADITION.

COTE : Dans le climat de crise, qui caractérise la période actuelle, quelles sont les valeurs qui vous paraissent essentielles ?

Thierry Stern : Dans cette période économiquement instable, l'indépendance d'une entreprise familiale en mains privées nous permet de conserver nos valeurs à long terme, des valeurs telles que tradition et innovation. Elles nous permettent d'offrir des garde-temps perçus comme valeurs d'investissement par notre clientèle et d'envisager l'avenir avec confiance.

Quelles sont pour vous les tendances horlogères marquantes de cette année ?

Le retour au classicisme, aux métiers de tradition horlogère et de haut artisanat. Lors de Baselworld, nous avons noté un intérêt grandissant pour les garde-temps présentant des réalisations de haut artisanat, comme, par exemple, l'émail cloisonné présenté sur le cadran du modèle Heure Universelle ou les pièces uniques que sont les pendulettes Dômes. Dans le domaine féminin, on peut aussi noter une tendance qui se maintient pour les montres de style sport élégant. Ainsi, le lancement de notre Nautilus Dames a eu un grand succès lors du Salon Baselworld.

Qu'est-ce qui caractérise vos nouveautés 2009 ?

En plus du lancement de la Nautilus Dames, qui est stratégique pour Patek Philippe, nous avons présenté de nombreux modèles emblématiques au niveau du design ou de la complication dans des versions en or rose, une matière demandée par notre clientèle. Dans le segment des grands classiques, la Calatrava Officier, comme son nom l'indique, présente un boîtier de type officier traditionnel, qui est compliqué à réaliser et fait appel à des connaissances artisanales. Ce style de boîtier traditionnel exclusif est très apprécié par notre clientèle et a été très bien reçu à Baselworld.

Avez-vous de nouveaux partenariats en préparation pour 2009 ?

Comme nous le faisons toujours, Patek Philippe centre ses manifestations sur des événements exclusifs à la marque, en partenariat avec nos détaillants ou nos propres Salons de vente, ce qui est essentiel pour entretenir un contact proche de notre clientèle. Je suis moi-même présent lors de nombreux événements dans le monde et apprécie énormément le contact avec la clientèle. La moyenne du partenariat avec nos détaillants est de plusieurs dizaines d'années sur plusieurs générations, il est donc essentiel de donner tout notre soutien lors de périodes économiques difficiles. En 2009, nous prévoyons deux événements marquants, une Grande Exposition Patek Philippe à Milan (du 30 juin au 4 juillet, avec l'exposition de 52 pièces du Patek Philippe Museum et 177 pièces de notre collection courante). Et nous allons inaugurer nos Salons Patek Philippe, place Vendôme à Paris, qui seront entièrement rénovés et agrandis. L'inauguration est prévue fin 2009.

During this ongoing recession, what do you feel are the essential values?

In this economically unstable period, being an independent family firm in private hands allows us to conserve our long-term values such as tradition and innovation. These enable us to offer timepieces that our clientele perceives as investments and to envisage the future with confidence.

What do you see as the timewear trends in 2009?

A return to classicism, to traditional watchmaking and high-quality artisanship. At Baselworld we noted a growing interest in timepieces presenting examples of superb artisanship, for example the cloisonné enamel on the dial of the Heure Universelle watch and our Dôme clocks, each of which is unique. In women's watches we've also noted a consistent trend for elegant sports-styled watches. So the launch of the Nautilus ladies' model with its design emblematic of our brand was a great success at Baselworld.

What characterises your new 2009 models?

In addition to the launch of the Nautilus Dames, a strategic launch for Patek Philippe, this year we've also brought out numerous models that are emblematic as to design or complication and come in rose-gold versions, a material we've always offered our clientele, who also requests it. In the great classics segment, our Calatrava Officier has a traditional officer-style case, as the name indicates, that is complicated to make and requires a knowledge of artisan craftsmanship. This style of exclusive traditional case is highly appreciated by our clientele.

Have you any events or new partnerships in preparation for 2009?

Patek Philippe focuses on brand events in partnership with our retailers and our own sale shows, which is essential for maintaining close contact with our clientele. I personally attend numerous events all over the world. In 2009 we have two notable events, a great Patek Philippe exhibition in Milan from 30 June to 4 July, where we're displaying 52 items from the Patek Philippe Museum and 177 items in our present collection, and we'll be inaugurating our Salons Patek Philippe on Place Vendôme, Paris; these are being totally renovated and extended before the inauguration planned for late 2009.



HOTEL DU CAP - EDEN-ROC CAP D'ANTIBES



Boulevard JF Kennedy
06601 Antibes - France
T 33 (0)4 93 61 39 01
F 33 (0)4 93 67 76 04
reservation@hdcer.com

www.hotel-du-cap-eden-roc.com



STUDIO COTE © PHOTOGRAPHIES ASSOCIÉS FN / SORDELLO - ROMERO

Louis Julian et Fils

JOAILLIERS à CANNES depuis 1862

71, RUE D'ANTIBES - 06400 CANNES - TEL. 04 93 39 30 68

COURCHEVEL 1850 - SAINT-TROPEZ

www.bijouterie-julian.com



Léon Hatot La Garonne.



Chanel Première bracelet caoutchouc.



Dior Christal 42 mm automatique diamants.



Chaumet Attrape-moi si tu m'aimes.

LES BELLES FÉMININES / FEMININE BEAUTIES

POUR LA FEMME, LA MONTRE SE FAIT BIJOU. ELLE SE PARE DE DÉCORS PRÉCIEUX ET LOGE DES MÉCANIQUES DE PLUS EN PLUS SOPHISTIQUÉES.
- / FOR WOMEN, WATCHES TURN INTO JEWELLERY, DECKED IN PRECIOUS DECORS BUT ALSO HOUSING INCREASINGLY SOPHISTICATED MECHANISMS.

C'est à l'évidence, une valeur sûre. Elle est en effet destinée à l'objet éternel de toutes les dévotions masculines : la femme. Et quand on l'aime, pour parodier le proverbe, on ne compte pas. La joaillerie est ainsi et depuis toujours le plus beau des hommages adressé à la femme. La montre en fait partie. À l'origine, elle est d'ailleurs plus traitée comme un bijou que comme un garde-temps, destiné à donner l'heure. Le boîtier et le cadran sont souvent dissimulés dans un bracelet richement orné. La montre et son mécanisme ne sont qu'accessoires. Ce qui compte, c'est le décor, son dessin et son ornement précieux. La montre dite "à secret" illustre bien cette tendance ancienne. Le cadran est caché par un couvercle que l'on ouvre lorsqu'on veut consulter l'heure. Ce type de montres est toujours d'actualité. La montre à secret, comme la montre manchette, est un classique que les horlogers aiment réinterpréter. Mais le style de la montre féminine a évolué. On a d'abord cherché à animer son décor. Les bracelets interchangeables, puis les pierres précieuses et les décors mobiles ont donné à la montre bijou, une fantaisie ludique que ne possédaient pas les classiques montres bracelets. Les décors ont aussi gagné en hardiesse. Les motifs les plus audacieux ont fait leur apparition sur les boîtiers et les cadrans : fleurs, animaux, insectes, plantes, étoiles, etc. L'imagination des créateurs est sans limite à condition bien évidemment de préserver la qualité et de créer le choc émotionnel nécessaire pour séduire un public féminin dont les goûts changent sans cesse.



Boucheron Ronde Grenouille.

Obviously a blue-chip value for indeed destined to be the eternal object of all masculine devotions: woman. And love, as they say, has no price. So jewellery is and always has been the finest tribute paid to women. Watches are part of this, indeed initially treated more as jewellery than as a device for telling the time, with case and dial often incorporated into a richly ornamented bracelet: watch and mechanism were but accessories, the important part was the decor, its design and precious ornamentation. The so-called secret watch well illustrates this old trend, the dial hidden under a cover you open when you want to know the time. The secret watch, like the manchette watch, is an ever popular classic that watchmakers still enjoy reinterpreting. But the style of women's watches has moved on. First watchmakers sought to liven them up: interchangeable straps then precious stones and moving decors imbued jewellery watches with a fun fantasy that classic bracelet watches lacked. Decors also became bolder, with the most daring motifs making their appearance on cases and dials: flowers, animals, insects, plants, stars etc. Designers' imaginations know no limits, the only conditions being that quality is paramount and design must incite the emotional thrills that seduce a female market whose tastes change constantly.

Charming mechanics

A further notable evolution is that styling started borrowing from shapes traditionally reserved for men. Since women tended to pinch their other halves' watches, the watchmakers came up with feminine/masculine watches for them. Ladies' chronographs then diving watches appeared, given precious decors; these charming sports timepieces are more popular than ever. And for women they opened the door to a new world of mechanical movements and complications, a trend that has now spread from the sports world through the entire gamut of timewear. Feminine watches are now driven by increasingly sophisticated movements; leading watch brands use auto-matic mechanical movements and Haute Horlogerie's feminisation continues via top-flight complications. Calendar, moon phases, second time zone, tourbillon and

CARTIER UNE NOUVELLE MONTRE BAIGNOIRE / A NEW BAIGNOIRE

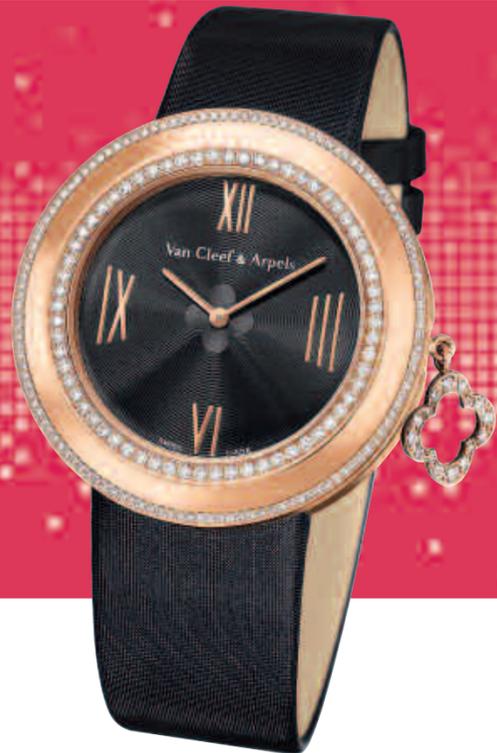
Ce modèle emblématique est proposé dans une version entièrement relookée. - / This emblematic model now comes in a totally redesigned version.

Comme la Tank, la Panthère, la Santos et la Pasha, la Baignoire est une icône de Cartier. Idéalement galbée, elle propose, dès 1912, date de sa création, des formes ergonomiques qui épousent harmonieusement le poignet féminin. Proposée en 1968 en version allongée ou démesurée, elle n'est baptisée Baignoire qu'en 1973. Sa longévité, son élégance sans pareille lui ouvrent toutes grandes les portes du Panthéon des montres pour femmes. Cartier la réédite en conservant l'esprit de ce modèle irremplaçable, complice naturel de tous les instants de la vie d'une femme, à la ville comme le soir.

Le style a été urbanisé, rendu plus contemporain, plus efficace et dynamique. Au bombé du boîtier originel, on a ainsi substitué « l'éclat facetté de pans coupés et le galbe précieux d'un verre ciselé ». Les grands codes de la Maison ont été pareillement remixés : rectitude des chiffres romains, lignes de fuites, chemin de fer en pointillé. Cette nouvelle version est déclinée en différents modèles. Petit modèle sur cuir ou satin pour un esprit qui se veut « rive gauche et délicat » ou bien grand modèle « rive droite, charismatique et sophistiqué », elle est aussi proposée dans de luxueuses versions du soir tout or et tout diamants. - / Just like the Tank, Panther, Santos and Pasha, the Baignoire is a Cartier icon. Since it was created in 1912 this superbly contoured watch has offered ergonomic forms that clasp the female wrist harmoniously, including lengthened and oversized versions in 1968. Christened Baignoire only in 1973, its lasting attraction and unparalleled elegance have easily instated it in the pantheon of feminine timepieces. Cartier has now re-edited it, still conserving the spirit of this irreplaceable model, a natural partner in every moment of a woman's life, day and night. The style has been urbanised, made more contemporary, efficacious and dynamic. The case's original doming has been replaced by "the faceted radiance of cut segments and the precious contouring of chased glass". The house's signature codes have been similarly remixed: straight Roman numerals, vanishing lines, hour circle of dots. This new version comes in several models: small on leather or satin for "delicate Left Bank ladies", large for those who are "charismatic, sophisticated and Right Bank" plus luxurious all-gold, all-diamonds evening versions.



Cartier Baignoire.



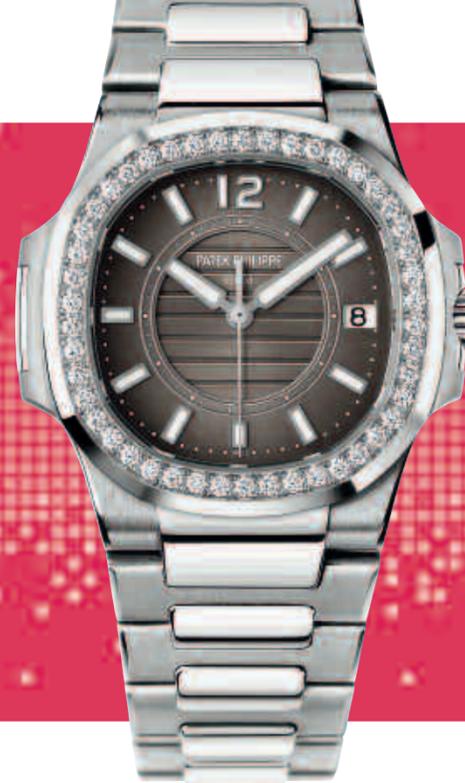
Van Cleef & Arpels Charms black dial.



Harry Winston Talk To Me.



Richard Mille RM019



Patek Philippe Nautilus pour femmes.



Rolex Datejust Rolesor 36 mm.



Jaeger-LeCoultre Master Compressor Diving Lady Ceramique.

Mécaniques de charme

Autre évolution notable : le style s'est mis à emprunter aux formes traditionnellement réservées à l'homme. La femme ayant tendance à lui chiper ses montres, les horlogers ont imaginé pour elle des montres masculines-féminines. Des chronographes pour femmes ont ainsi fait leur apparition, puis des montres de plongée, auxquels on associa des décors précieux. Ces sportives de charme sont plus que jamais d'actualité. Avec elles, on entrerait pourtant dans un univers nouveau pour la femme : l'horlogerie mécanique et la petite complication. Cette tendance a débordé le cadre de l'univers sportif pour s'étendre à l'ensemble de la palette horlogère. Les montres féminines logent désormais des mouvements de plus en plus sophistiqués. Les grandes griffes adoptent des mouvements mécaniques automatiques et la féminisation de la haute horlogerie se poursuit avec des complications de haut vol. Quant à elles, phases de lune, second fuseau, tourbillon et répétitions minutes font désormais partie de la panoplie horlogère féminine. La classique montre bijou a ainsi trouvé des expressions nouvelles, dont la qualité est attestée par une signature de renom.

Boucheron : un étonnant bestiaire. Toutes les collections classiques de la marque sont enrichies de nouveaux modèles : Reflet, Ronde, Mec, qui développent notamment un fabuleux et très audacieux bestiaire, où voisinent grenouille, caméléon, chouette et chauve-souris.

Chanel : la Première sur caoutchouc. Nouveau festival de J12 pour la Grande Maison, dont le clou est une J12 noir intense en céramique taillé baguette, qui loge un mouvement automatique développé avec Audemars-Piguet. Au programme aussi, des déclinaisons de la nouvelle Première, lancée en 2008, qui adopte cette année des bracelets en caoutchouc, et de tous les modèles phares de la Maison (Mademoiselle, Matelassée, Camélia, 1932, Chocolat).

Chaumet : voyage en Class One. L'année 2009 est largement dédiée à la Class One, best-seller de la marque, qui adopte une nouvelle couleur tendance : le violet améthyste, et propose deux versions joaillères. La collection Attrape-moi... si tu m'aimes s'enrichit avec deux éditions limitées décorées d'une abeille et des versions haute joaillerie décorées d'une abeille et d'une araignée.

minuterie repeater are now part and parcel of women's horological attire. The classic jewellery watch has thus found new expressions of a quality attested to by renowned signatures.

Boucheron : a fabulous bestiary. All the brand's classic collections gain new models – Reflet, Ronde, Mec – that notably display a wonderful, audacious bestiary in which frog, chameleon, owl and bat rub shoulders.

Chanel: the Première on rubber. A new festival of J12s for the great fashion house, the star turn being an intensely black J12 in baguette-cut ceramic, housing an automatic movement developed by Audemars-Piguet. Also out are variations of the Première launched in 2008, this year going for rubber straps, and of all Chanel's flagship models (Mademoiselle, Matelassée, Camélia, 1932, Chocolat).

Chaumet: Class One leads. 2009 is mainly devoted to Chaumet's bestselling Class One, now available in a trendy new amethyst purple and two bejewelled versions. The Attrape Moi... Si Tu M'Aimes collection adds two limited editions decorated with a bee plus Haute Joaillerie versions with a bee and a spider.

Christian Dior: The Christal collection gains a new 42mm model plus there's a ravishing round Mini D with various decors.

Harry Winston: great classics. The king of diamonds offers up sublimely wonderful jewellery watches.

Jaeger-LeCoultre: diving master. Following the Reverso Lady Squadra, the manufacture has produced a feminine version of its new ceramic diving watch, in which power rhymes with elegance, modernity with tradition and sport with femininity.

Léon Hatot: tribute to women. The collections continue to explore all the facets of femininity from poetic (Butterfly line) to tomboy (Garçonne) via sporty (Chronolove with a heart cut-out on the dial).

Patek Philippe: Nautilus in the feminine. That emblem of chic sportiness, the Nautilus, is out in a women's version. In grey or pink gold only, it has a bezel either generously gem-set or satin finished and sits on a grey- or pink-gold bracelet.

Richard Mille: a new language. The RM019 Celtic Knot offers a very futuristic interpretation of the ladies' watch. Highly technical yet precious too, it's distinguished by a black

Christian Dior : pureté Christal. La collection Christal s'enrichit d'un nouveau modèle 42 mm. Il est accompagné d'une ravissante ronde Mini D aux décors multiples.

Harry Winston : de grands classiques. Le roi du diamant signe des montres joaillerie à l'éclat sublime.

Jaeger-LeCoultre : Master of diving. Après la mise sur orbite de la Reverso Lady Squadra, la Manufacture décline au féminin sa nouvelle montre de plongée en céramique, faisant rimer puissance avec élégance, modernité avec tradition, sport avec féminité.

Léon Hatot : hommage à la femme. Les collections continuent d'explorer toutes les facettes de la féminité depuis la plus poétique (ligne Butterfly) jusqu'à la Garçonne, via la sportive, à qui est destiné un Chronolove dont le cadran propose une découpe en forme de cœur.

Patek Philippe : la Nautilus au féminin. Emblème du sport chic, la Nautilus est déclinée au féminin. Exclusivement en or gris ou rose, elle propose une lunette richement sertie ou satinée, sur un bracelet en or rose ou gris.

Richard Mille : un nouveau langage. La RM 019 Noeud Celtique donne une interprétation très futuriste de la montre pour femme. À la fois très technique et précieuse, elle se distingue par sa platine en onyx noir et un décor joaillier d'un extrême raffinement. Elle intègre un indicateur inédit de réserve de marche et une couronne avec collier en Alcryl au dessin exclusif.

Rolex : une nouvelle Oyster Perpetual Datejust Rolesor 36 mm. Pour les 60 ans du modèle, Rolex propose de nouvelles versions pour femmes, dont cette étonnante déclinaison au décor précieux et richement coloré.

Van Cleef & Arpels : la magie du temps. Cette année encore, l'horloger-joaillier décline ses complications poétiques avec, notamment, Une Journée à Paris, qui nous fait voyager dans les quartiers les plus célèbres de la capitale. Elle propose aussi des montres-joyaux inspirées par le thème des Jardins et de nouvelles versions de ses modèles best-sellers Alhambra et Charms.

onyx baseplate and an extremely refined gemstone decor. It has an unprecedented power-reserve indicator and a specially designed Alcryl collar crown.

Rolex: a new 36mm Oyster Perpetual Datejust Rolesor. For this model's 60th anniversary Rolex offers up new versions for women including this amazing one with a richly coloured gemstone decor.

Van Cleef & Arpels: the magic of time. Again this year the jeweller/watchmaker brings us new versions of its poetic complications, notably Une Journée à Paris that takes us through the capital's most famous districts. There are also gemstone watches inspired by gardens and new versions of its Alhambra and Charm's bestsellers.



Jacob & Co Manhattan.



Breguet Classique.



A. Lange & Söhne Richard Lange.



Patek Philippe Calatrava Officier.



Vacheron Constantin Patrimony Traditionnelle.

LES CLASSIQUES CHICS /CHIC CLASSICS

UNE BOÎTE RONDE, UN MOUVEMENT MÉCANIQUE TOUT SIMPLE, INVESTI DES FONCTIONS DE BASE, IL N'EN FAUT PAS PLUS POUR FAIRE UNE MONTRE DE GRANDE QUALITÉ. - / A ROUND CASE AND A PERFECTLY SIMPLE MECHANICAL MOVEMENT WITH BASIC FUNCTIONS – ALL THAT'S NEEDED TO PRODUCE A TOP QUALITY WATCH.



Bulgari Edition 125 ans Sotirio Bulgari.



Jaquet Droz Origine email.



Chopard extraplate.

En période de crise ou de difficultés, on a souvent besoin de pureté, de faire retour à l'essentiel. Cet élan vers la spiritualité est classique dans nos sociétés occidentales, jugées souvent trop matérialistes. Ainsi, le minimalisme a plus que jamais ses supporters et fait figure de valeur sûre. En horlogerie, il a ses adeptes et ses interprètes. Son langage réduit la montre à l'essentiel, à ce qui en fait l'âme : mesurer le temps (heures, minutes, secondes) avec le minimum de moyens. Ce qui est loin d'être évident. Faire simple demande un sens esthétique et une technique très affirmés. La plastique doit être irréprochable et la mécanique à toutes épreuves. Ce qui suppose un talent peu répandu, surtout si cette réduction à l'essentiel s'accompagne d'un soin particulier apporté à chaque détail qui doit sonner juste, et d'une diminution de la taille et de l'épaisseur des mécanismes. La pureté plastique, l'harmonie dépouillée des formes se combinent souvent à des performances horlogères procurant une efficacité accrue grâce à des dispositifs toujours plus économes en volumes. Si bien qu'ici, encore, le classicisme élégant, dans la forte acception du terme, est l'apanage des plus grandes signatures horlogères.

Breguet : le maître du classique. Le grand horloger est passé maître dans l'art de décliner des formes immuables en apportant chaque fois un perfectionnement supplémentaire qui donne encore plus de force aux codes traditionnels de la maison : chiffres romains, guillochage à la main, aiguilles Breguet en acier bleu à pomme évidée. Témoin cette Classique dotée d'un mouvement mécanique à remontage automatique.

In times of crisis we often turn to purity and fundamentals, a classic yearning for spirituality in our Western societies so often judged too materialistic. Consequently minimalism is more popular than ever and seen as a blue-chip value. In watchmaking this has its adepts and interpreters. Its language reduces the watch to fundamentals, what constitutes its soul: measuring time using a minimum of means. Which is far from obvious: making things simple requires a feel for aesthetics and considerable technical knowhow. The design must be irreproachable, the mechanics faultless, which supposes an unusual level of talent, particularly when this focus on the essential is accompanied by particular concern for making every detail perfect and reducing the size and volume of mechanisms. Aesthetic purity and pared harmony of form are often combined with horological performances that increase efficiency through devices made smaller and smaller. So here too, classical elegance as we understand it is the prerogative of the greatest names in timewear.

Breguet: master of classics. This great watchmaker is a past master in the art of varying standard shapes by each time adding some supplementary perfection that gives even more force to the brand's traditional codes: Roman numerals, hand guilloché work, Breguet hands in blued steel with skeleton tips. This can be seen in the Classique driven by a self-winding mechanical movement.

Hermès: Cape Cod turns tonneau. The first Cape Cod produced in 1991 was rectangular but now it has rounded out and adopted the double-turn strap that's become a Hermès signature.

Patek Philippe: Calatrava Officier. This traditional model whose origins reach back to the First World War is out in a new version, subtly yet sophisticatedly refined as to case design, finishings and crafting of the dial and self-winding mechanical movement.

Bulgari: the 125th-birthday watch. In tribute to the brand's founder, Sotirio Bulgari, the Italian jeweller and watchmaker proposes three versions of a special edition: 125 watches each in pink, yellow and white gold, driven by an automatic movement. They are immensely refined in both technical conception and the architecture of their studiously harmonious forms.

Lange & Söhne: Richard Lange Pour le Mérite. The great Saxon watchmaker is a master of classicism. This Richard Lange watch shines out through the simplicity of its forms and composition yet it has a chain-fusée drive that improves the movement's functioning and accuracy.

Chopard: L.U.C. XPS. This extra-flat watch launched in 2006 has now been given a sapphire-crystal back and a small seconds at 6 o'clock.

Vacheron Constantin: 38mm Patrimony Traditionnelle. This year the Geneva manufacturer's great classic is offered in a new 38mm version that will enthral purists. Its styling devoid of all superfluties goes right to the quintessence of pure, perfect form, meticulously honed by the manufacture's master watchmakers. What's more this case houses the brand new hand-wound 4400 calibre, which like many of the brand's products bears the Geneva Seal.

Jaquet Droz: Origine Email. This superb limited series illustrates the manufacture's horological talent through its self-winding mechanical movement (68-hour power reserve) but also a peerless design that reveals the full splendour of a high-fire enamel dial (in black or white), the brand's great speciality.



Hermès Cape Cod.

Hermès : La Cape Cod adopte la forme tonneau. Créée en 1991, la première Cape Cod avait une forme rectangulaire. Elle s'arrondit aujourd'hui et adopte le bracelet double tour qui est devenu un signe de reconnaissance de la maison Hermès.

Patek Philippe : la montre Calatrava « Officier ». Ce modèle de tradition, dont l'origine remonte à la Première Guerre Mondiale, est proposé dans une nouvelle version d'un raffinement aussi subtil que sophistiqué, dans la conception du boîtier, dans les finitions et la réalisation du cadran et du mouvement mécanique à remontage automatique.

Bulgari : la montre des 125 ans. En hommage au fondateur de la marque, Sotirio Bulgari, l'horloger-joaillier italien propose trois versions d'une édition spéciale en or rose, or jaune et or blanc, de 125 exemplaires chacune. Équipées d'un mouvement automatique, elles affichent un raffinement extrême dans la conception technique comme dans l'architecture des formes, rigoureusement harmonieuses.

Lange & Söhne : Richard Lange Pour le Mérite. Le grand horloger saxon est un maître du classicisme. Cette montre Richard Lange brille par l'extrême simplicité de ses formes et de sa composition. Elle loge pourtant un dispositif de transmission fusée chaîne qui améliore le fonctionnement et la précision du mouvement.

Chopard : le L.U.C. XPS. Lancée en 2006, cette montre extraplate est dotée cette année d'un fond saphir et d'une petite seconde à 6 heures.

Vacheron Constantin : la Patrimoine Traditionnelle 38 mm. Ce grand classique de la Manufacture genevoise est proposée cette année dans une nouvelle version de 38 mm, qui comblera les puristes. Son style, dépouillé de tout ce qui est superflu, va droit à la quintessence d'une forme pure et parfaite minutieusement peaufinée par les maîtres horlogers de la Manufacture. Nec plus ultra : le boîtier loge un tout nouveau calibre 4400 à remontage manuel, qui, comme nombre de produits maison, est estampillé du Poinçon de Genève.

Jaquet Droz : l'Origine Email. Cette superbe série limitée illustre le talent horloger de la Manufacture, à travers son mouvement mécanique à remontage automatique (68 heures de réserve de marche), mais aussi un design hors pair qui révèle tout l'éclat d'un cadran en émail Grand Feu (existe en blanc et noir), grande spécialité de la marque.

ROLEX LES 60 ANS DE LA DATEJUST ROLESOR / A NEW BAIGNOIRE

Les nouvelles versions de ce best-seller confirment son statut de grand classique de la montre contemporaine. -/ The new versions of this bestseller confirm its status as a great classic of contemporary timewear.

La Datejust Rolesor concentre tous les ingrédients de l'ADN Rolex : le boîtier Oyster, étanche à l'eau et à la poussière, capable de protéger, dès 1926, une mécanique de grande précision, le rotor Perpetual, premier mécanisme de remontage automatique à rotor libre créé en 1931, et la Datejust, créée en 1945, système d'affichage de la date dans un guichet installé sur le cadran de la montre. Le design, sobre et efficace, met en valeur toutes ces qualités horlogères. Née il y a 60 ans, l'Oyster Perpetual Datejust Rolesor s'est imposée comme un grand classique de la montre contemporaine. Les 4 nouvelles versions pour hommes (qui s'ajoutent aux versions pour femmes, voir notre sujet sur les montres féminines) reconduisent ce statut en l'actualisant. Le boîtier de la Datejust II offre un diamètre agrandi à 41 mm. Étanche à 100 mètres, il est doté d'une lunette cannelée. Le cadran se pare de designs originaux, à la fois classiques et modernes. Le bracelet Oyster est muni d'un fermoir Oysterclasp avec Easylink, un système de rallonge rapide. Enfin, le mouvement, certifié COSC, affiche une autonomie de 48 heures et intègre le spiral Parachrom hautement résistant aux chocs et aux champs magnétiques ainsi que le nouveau pare-chocs Paraflex. Bref, plus de modernité encore et de précision pour un design d'une élégance indémodable. -/ The Datejust Rolesor contains all the ingredients of Rolex's DNA: the Oyster case, capable since 1926 of protecting a high-precision mechanical movement from water and dust, the Perpetual rotor created in 1931, the first self-winding mechanism with a free rotor, and the Datejust date display in an aperture on the dial, created in 1945. The sober, efficient design highlights all these horological qualities. Born 60 years ago, the Oyster Perpetual Datejust Rolesor has established itself as a great classic of contemporary timewear and the four new men's versions (in addition to the ladies' versions, see our article on ladies' watches) reaffirm this status by updating it. The Datejust II's case is larger in diameter (41mm), water-resistant to 100m and has a fluted bezel. The dial is decorated with original designs, classical yet modern. The Oyster bracelet has an Oysterclasp with the Easylink system for quick length adjustment. Lastly, the COSC-certified movement has a 48-hour power reserve and a Parachrom balance spring that's extremely resistant to shocks and magnetic fields, plus the new Paraflex shock absorber. Put succinctly, even more modernity and precision for a design whose elegance is forever fashionable.



PAVILLON
TRAITEUR

ORGANISATEUR DE RECEPTION - TRAITEUR - EPICERIE FINE - CADEAUX D'AFFAIRES - RESTAURANT

PAVILLON TRAITEUR RECEPTIONS
email : pavillon@pavillontraiteur.com
Tel. 04 92 28 35 28

BOUTIQUE D'EPICERIE FINE
Galeries Le Métropole - MONACO
Tel. (00 377) 97 70 57 54

BOUTIQUE D'EPICERIE FINE
4 Bis, Rue des Belges - CANNES
Tel. 04 92 98 09 69



www.jacobandco.com New York 877Jacob.01

CHARLES
Joaillier

21 BOULEVARD BAUDOIN
06160 JUAN LES PINS - CAP D'ANTIBES



J&Co
JACOB & CO

THE MÉLANGE FINE JEWELRY AND "THE WORLD IS YOURS" TIMEPIECE COLLECTION



Corum Ti-Bridge.

Vacheron Constantin Patrimony Traditionnelle.
Chronographe quantième perpétuel.

Richard Mille RM021.



Gerald Genta Octo Black Limited White Gold.



Audemars-Piguet Jules Audemars.



Cartier Santos 100 Tourbillon Volant.

LES COMPLICATIONS D'ÉLITE / ELITE COMPLICATIONS

Surprenants horlogers : ils n'ont cessé de nous étonner en repoussant les limites de leur art. C'est sans doute le meilleur moyen de nous faire rêver et de déclencher en nous ce choc émotionnel qui va nous rendre amoureux des fascinantes machineries qu'ils nous donnent à voir. Qui sait, certains deviendront peut-être collectionneurs après avoir admiré les fines dentelles mécaniques d'un tourbillon ou tendu l'oreille pour écouter sonner une Répétition minutes ? L'année 2009 confirme la tendance. Non seulement on améliore les complications de base au niveau technique par l'emploi de nouveaux matériaux ou de nouvelles technologies, mais on tente de les rendre toujours plus belles en offrant des designs inédits dont les hardiesses surprennent. Si les formes classiques conservent leurs adeptes et demeurent l'apanage des grandes Maisons de tradition, on a vu surgir depuis quelques années des machineries horlogères surprenantes qui font songer à des moteurs de voiture ou de fusée. Cette révolution stylistique a été hâtée par l'emploi de matériaux high-tech, combinés aux classiques (or, acier, platine...), mais aussi par le désir de montrer, grâce à des squelettages toujours plus audacieux, les rouages subtils de mouvements toujours plus sophistiqués dont l'agencement des pièces semblent relever de la magie.

Quality first!

La complexité croissante des mécanismes est encore venue renforcer cette tendance. Les horlogers ne se contentent plus d'une complication par montre, ils les combinent pour offrir des concentrés de sciences horlogères. Cette surenchère technique et esthétique a été encouragée par un marché friand de nouveautés et de performances. Dans la conjoncture faste de ces dernières années, l'amateur était tenté

CETTE ANNÉE ENCORE, LES MONTRES À COMPLICATIONS DES GRANDES MAISONS RIVALISENT D'INNOVATIONS.

-/ AGAIN THIS YEAR, THE GREAT WATCHMAKERS' COMPLICATION TIMEPIECES COMPETE TO BE THE MOST INNOVATIVE.

Exciting watchmakers, never ceasing to amaze us by pushing back the boundaries of the art of horology. Undoubtedly the best way to set us dreaming and trigger in us that burst of emotion that makes us fall in love with their fascinating creations. Maybe all it takes for some to turn into collectors is to admire the lace-like mechanics of a tourbillon or hear the sweet chime of a minutes repeater. 2009 confirms the trend: not only are the basic complications being technically improved through the use of new materials and technologies, watchmakers are also striving to make them ever more beautiful by offering up unprecedented designs so bold as to be surprising. Although classic shapes conserve their devotees and remain the prerogative of great traditional names, in recent years we've also witnessed the arrival of exciting horological machines that make us think of car or rocket engines. This stylistic revolution has been hastened by the use of hi-tech materials, combined with the classic gold, silver and platinum, but likewise that of consistently more audacious skeletoning so as to display the subtle workings of increasingly sophisticated movements whose components appear to fit together as if by magic.

par l'inédit, le surprenant, le toujours plus... Parallèlement, la recherche de mécanismes et de designs rompant avec les codes classiques demeure le moyen le plus sûr pour de jeunes horlogers, souvent talentueux, d'affirmer leur personnalité sur un marché où la concurrence est très vive. La crise aura sans doute pour effet de calmer les ardeurs et de remettre, pardonnez-nous l'expression, les pendules à... l'heure. Ce sont les meilleurs qui réussiront à tirer leur épingle du jeu, tant il est vrai qu'en période difficile, l'amateur a tendance à revenir à des signatures confirmées, qui font aisément figure de valeurs refuges.

Audemars-Piguet : un échappement surpuissant. Le temps en trois dimensions avec cette étonnante montre de la collection Jules Audemars dont le mouvement loge une innovation technique majeure : l'échappement Audemars-Piguet, présenté pour la première fois en 2006. Plus résistant, ne nécessitant pas de lubrification, il bat à la vitesse record de 43 200 alternances par heure !

Breguet : maître à complications. Fidèle à ses codes qui assurent la pérennité de son image, la légendaire Manufacture délivre cette année encore, quelques perles rares dignes de figurer dans les collections les plus prestigieuses, en l'occurrence deux grandes complications : un double tourbillon et une répétition minutes de toute splendeur.

Cartier : un festival de haute horlogerie. Après la Ballon Bleu Tourbillon Volant, sortie l'année dernière, Cartier propose une éblouissante collection de dix références qui reprennent ses grands classiques (Tank Américaine, Santos) « pour les hisser au rang de véritables œuvres de haute horlogerie ».

Corum : à l'heure de la Ti-Bridge. Le mouvement Golden Bridge à la configuration si particulière (tout en longueur sur une largeur minimale) est l'une des signatures emblématiques de la marque. Il équipe cette année une montre pour femme en or rouge ou blanc, mais surtout il inspire un tout nouveau calibre CO 007, qui équipe la Ti-Bridge dont le boîtier résolument moderne fait la part belle au titane comme les ponts et les platines du mouvement.

Gérald Genta : 40 ans d'excellence. Aujourd'hui intégrée au groupe Bulgari, la marque reste fidèle aux valeurs d'exception héritées de l'horloger de grand talent dont elle porte le nom. Sa montre Gefica est déclinée dans une nouvelle version, tandis que sa collection Octo orchestre un ensemble de complications à la très haute définition horlogère, dont une version anniversaire en série limitée, l'Octo Black Limited avec heures sautantes, minutes rétrogrades et date.

Quality first!

The increasing complexity of mechanisms has also reinforced this trend. Watchmakers, no longer content with one complication per watch, are combining them so as to offer up concentrates of horological science. This technical and aesthetic competitiveness has been encouraged by a market avid for newness and performance. In the prosperous climate of recent years, watch lovers were tempted by the unprecedented, the surprising, the little extra. At the same time, the quest for mechanisms and designs that break with classic codes is still the surest means for young and often talented watchmakers to state their personality in a highly competitive market. The recession will undoubtedly have the effect of cooling these ardours and resetting the



IWC Da Vinci 02 DV Digital Rose Gold.



Jaeger-LeCoultre
Master Minute Repeater Grand Feu



Breguet Double Tourbillon.



Daniel Roth Il Giocatore Veneziano.



Girard-Perregaux ww.tc Shadow.

PATEK PHILIPPE DES CHEFS-D'ŒUVRE EN OR ROSE / MASTERPIECES IN ROSE GOLD

Quelques-unes des icônes de la marque sont déclinées dans ce matériau noble aux accents Art déco. / Some of the brand icons are now available in this noble material with Art Deco connotations.

En 2009, Patek Philippe voit la vie en rose. Il décline en effet quelques-uns de ses modèles les plus emblématiques en or rose 18 carats. Ces nouvelles versions complètent ou remplacent les modèles précédents qui existaient en platine, or gris ou or jaune. Pourquoi ce choix ? D'abord parce que l'or rose, grâce à l'adjonction de cuivre, est plus dur et résistant que l'or jaune. Ensuite, parce que sa couleur, chaude et profonde, en fait un matériau d'ornement du plus bel effet esthétique. Il était ainsi très en vogue à l'époque de l'Art déco, un style très apprécié aujourd'hui, qui, de surcroît, a beaucoup inspiré Patek Philippe. Il était donc logique que la Manufacture emploie ce matériau noble pour habiller certaines de ses icônes. Il en est ainsi de la Réf. 5101 10 Jours Tourbillon. Jusqu'alors disponible en platine, elle est déclinée en or rose, dotée d'un nouveau cadran assorti. Il en va de même du Chronographe à Quantième Annuel (réf. 5960), de la Chronometro Gondolo (réf. 5098) et de la montre extraplate Calatrava pour femmes (réf. 4897) qui s'habille par ailleurs d'un cadran chocolat, d'un bracelet en satin brossé brun et d'une lunette sertie de 72 diamants. Autant dire que ces interprétations ne manqueront pas de séduire les nombreux fans de la marque, qu'ils soient ou non collectionneurs, hommes ou femmes. / In 2009 Patek Philippe sees life as rosy, for it's offering some of its most emblematic models in 18ct rose gold. These new versions complete or replace previous models in platinum, grey gold or yellow gold. Why this choice? First because rose gold is harder and stronger than yellow gold because it contains copper. Then because its warm, deep colour makes it an immensely aesthetic decorative material. It was much in vogue during the Art Deco period, a style highly appreciated today and which has also inspired Patek Philippe considerably. So it was only logical for the Manufacture to use this noble material to dress some of its icons. One is the Ref. 5101 10-days tourbillon, previously available in platinum but now out in rose gold with a new matching dial. Others are the annual calendar chronograph (Ref. 5960), the Chronometro Gondolo (Ref. 5098) and the extra-thin ladies' Calatrava (Ref. 4897) that also comes with a chocolate dial, a brown brushed satin strap and a bezel set with 72 diamonds.

Chrono quantième annuel.



Tourbillon 10 jours.



Girard-Perregaux : nom de code ww.tc Shadow. Spécialiste de la très haute horlogerie, GP combine ici un chronographe « retour en vol » et l'affichage des heures du monde. Pour cette rencontre chic et choc, il a choisi un design résolument actuel : boîtier 43 mm en céramique noire sur un bracelet en veau également noir.

IWC : un GP au sommet. Grand spécialiste de la montre sportive, la Manufacture de Schaffhausen brille aussi dans le registre des grandes complications qu'il décline de façon innovante. Témoin la nouvelle Da Vinci Calendrier Perpétuel Digital date et mois qui indique sur un mode numérique la date et le mois de son calendrier programmé mécaniquement.

Jaeger-LeCoultre : des Masters pures et parfaites. La Manufacture décline cette année d'impressionnantes complications dans un design classique, dont cette Master Minute Repeater Grand Feu, qui associe une grande complication à la technique traditionnelle de l'émail Grand Feu qui nécessite une maîtrise exceptionnelle.

Richard Mille : à la pointe de l'innovation. L'horloger du futur signe une livraison éblouissante de 9 modèles d'avant-garde (voir notre interview), dont cet étonnant tourbillon RM 021 « Aérodyne », qui intègre de nouveaux matériaux, associant le titane à de l'aluminure de titane orthorhombique alvéolée et à des nanofibres de carbone.

Vacheron Constantin : la Patrimony au top. L'association au plus que parfait d'un Chronographe et d'un Quantième Perpétuel, logés dans un boîtier de 43 mm en or rose sur cuir alligator brun. Le cadran velouté argenté brille par son dessin très harmonieux, avec une lune gravée à la main à partir d'une plaque d'or.

Pierre Kunz : Vertigo ! Plus de deux ans de développement ont été nécessaires pour mettre au point cette machinerie au design « industriel et mécanique » qui reçoit un dispositif inédit d'heures linéaires rétrogrades : l'aiguille linéaire remonte le long d'une profonde faille pour chuter instantanément.

Daniel Roth : Il Giocatore Veneziano. Cette pièce exceptionnelle illustre tous les talents de la Manufacture helvétique. Elle loge une Répétition Minutes avec 45 heures de réserve de marche, couplée à un mécanisme d'automate. Elle est produite en très petites séries et chaque pièce est unique.

clock. Only the best will ride out the storm, for it's too true that in difficult times watch lovers tend to return to confirmed names that are seen as blue-chip values.

Audemars-Piguet : a mega-powerful escapement. Three-dimensional time from this amazing watch in the Jules Audemars collection, its movement comprising a major technical innovation: the Audemars-Piguet escapement first unveiled in 2006. Sturdier and requiring no lubrication, it beats at the record speed of 43,200 vibrations an hour!

Breguet : master of complications. Faithful to its codes that ensure a lasting brand image, again this year the legendary Manufacture delivers some rare pearls worthy of figuring in the most prestigious collections, to wit, two great complications: a double tourbillon and splendid minutes repeater.

Cartier : a festival of Haute Horlogerie. After the Ballon Bleu flying tourbillon that came out last year, Cartier now offers a dazzling collection of 10 timepieces that revisit its great classics (Tank Américaine, Santos) so as to "raise them to the rank of genuine Haute Horlogerie creations".

Corum : Ti-Bridge time. The Golden Bridge movement with its very special configuration (long and minimally wide) is one of the brand's emblematic signatures. This year it equips a ladies' watch in red or white gold but more importantly it has inspired the brand new C0 007 calibre that drives the Ti-Bridge whose decidedly modern case gives pride of place to titanium, as do the movement's bridges and baseplates.

Gérald Genta : 40 years of excellence. Today part of the Bulgari group, the brand remains loyal to the outstanding values inherited from the immensely talented watchmaker whose name it bears. Its Gefica watch comes out in a new version while the Octo collection comprises an ensemble of complication watches of the highest horological class, among them the Octo Black Limited limited-edition anniversary model with jumping hours, retrograde minutes and date.

Girard-Perregaux : code name ww.tc Shadow. A specialist in the highest grade of Haute Horlogerie, GP here combines a flyback chronograph with a world-times display. For this chic, exciting partnership it has chosen a distinctly topical design: 43mm black ceramic

case on a calfskin strap, also black.

IWC : a top-notch perpetual calendar. The Schaffhausen Manufacture is a great sports watch specialist but no less outstanding when it comes to great complications that it offers in innovative variations. Just one example is the new Da Vinci perpetual digital calendar: its calendar is programmed mechanically but the date and month are displayed digitally.

Jaeger-LeCoultre : pure, perfect Masters. This year the Manufacture brings out some impressive complications in a classic design, among them this Master Minute Repeater Grand Feu that combines a great complication with the traditional technique of high-fire enamel that demands exceptional expertise.

Richard Mille : spearhead of innovation. The watchmaker of the future delivers a dazzling offering of nine avant-garde models (see our interview) including this stunning RM021 Aerodyne tourbillon that incorporates new materials, combining titanium with honeycomb orthorhombic titanium aluminide and carbon nanofibres.

Vacheron-Constantin : the Patrimony at its best. The more than perfect teaming of a chronograph with a perpetual calendar, housed in a 43mm pink-gold case on a brown alligator strap. The smooth silvered dial stands out through its very harmonious design and the moon hand engraved from a gold plaque.

Pierre Kunz : Vertigo! It took more than two years of work to hone this little machine in an "industrial and mechanical" design with its unusual retrograde linear hours: the linear hand rises the length of a deep fault before dropping instantly.

Daniel Roth : Il Giocatore Veneziano. This outstanding piece illustrates all the Swiss manufacture's talents. It's driven by a minutes repeater movement with a 45-hour power reserve, coupled with an automaton mechanism. Produced in very small series, each watch is unique.



MURANO

R E S O R T

rock n'luxe®

IN PARIS

51 chambres & suites . 2 bars . salons . restaurant . terrasse Martini . poker lounge . 24/7 service . fitness
51 rooms & suites . 2 bars . lounge . restaurant . Martini terrazza . poker private room . 24/7 service . fitness



MURANO Resort . 13 boulevard du temple, le Marais . 75003 Paris, France
t +33 (0)1 42 71 20 00 . www.muranoresort.com . paris@muranoresort.com



MURANO

R E S O R T

peace n'luxe®

IN MARRAKECH

30 junior-suites & suites avec cheminée, terrasse privative . bars . salon . restaurant . salles de réunion . piscines
30 junior-suites & suites with fireplace, private terrace . bars . lounge . restaurant . meeting rooms . swimming pools



MURANO Resort . douar abiad, la Palmeraie . 40000 Marrakech, royaume du Maroc
t + 212 (0) 524 32 70 00 . www.muranoresort.com . marrakech@muranoresort.com

VOGTIME



Breguet Marine Royale.

IWC Aquatimer Galapagos Islands.

Hublot Gold King Power.

LES SPORTIVES DE CARACTÈRE / SPORTS WATCHES WITH CHARACTER

DEPUIS TOUJOURS, LE SPORT EST UNE SOURCE D'INSPIRATION POUR LES HORLOGERS. PLUS QUE JAMAIS, ILS LUI DÉDIENT DES MODÈLES D'EXCEPTION QUI REPOUSSENT LES LIMITES DE LEUR ART. -/ SPORT HAS ALWAYS INSPIRED WATCHMAKERS, WHO MORE THAN EVER ARE DEDICATING EXCEPTIONAL TIMEPIECES THAT EXPAND THE LIMITS OF THEIR ART TO IT.

Les uns veulent se rendre maître du temps. Les autres veulent battre des records. Entre les horlogers et les champions, la complicité est évidente. Très tôt, les premiers ont proposé des mécanismes de mesure du temps qui permettaient aux seconds d'en savoir plus sur leurs performances et donc, de mieux les contrôler. Le chronographe est ainsi une pièce noble de la haute horlogerie. Il a contribué à sa renaissance dans les années 80 et continue de valoriser son développement technique et son succès commercial. Cette année, on fête ainsi deux anniversaires d'importance : celui d'El Primero, mouvement chronographe mythique mis au point par Zenith, et celui de Breitling, grand spécialiste du chronométrage (voir encadrés). Dans le sillage de ces deux prestigieux précurseurs, la montre sportive continue de marquer des points. Les progrès sont constants en termes de précision, mais aussi de design. Du classique chrono à la montre de plongée, les nouveautés 2009 témoignent une fois encore de ce dynamisme créatif. Les horlogers intègrent des matériaux nouveaux venus de l'aéronautique ou du sport auto. Les mécanismes

The first want to master time, the second want to beat records, so the complicity between watchmakers and sports champions is obvious. Very early on watchmakers began making time-measuring devices that gave sports champions more information about their performances so they could monitor them better. So the chronograph is a noble piece of Haute Horlogerie, contributing to the latter's rebirth in the 1980s and continuing to valorise its technical developments and commercial success. This year we celebrate two important anniversaries, of the mythic El Primero chronograph movement perfected by Zenith and of the great timekeeping specialist Breitling (see boxes). In the wake of these two prestigious precursors, sports watches continue marking points through ongoing progress in accuracy but also design. From classic chronograph to diving watch, 2009's new timewear again illustrates this dynamic creativeness. Watchmakers are now using new materials borrowed from aeronautics and motor racing; mechanisms are being refined; designs are more powerful and robust. The fusion spirit so dear to Hublot's CEO Jean-Claude Biver predominates even more.

Alpina GENÈVE	AQUANAUTIC	Bell & Ross
B.R.M.	FREDERIQUE CONSTANT GENÈVE	IceLink
JORG HYSEK	ORIS Swiss Made Watches Since 1904	VAN DER BAUWEDE GENÈVE
Victorinox	RODOLPHE	TISSOT Swiss 1853

etc

BREITLING 125 ANS AU SERVICE DE LA PRÉCISION / 125 YEARS SERVING PRECISION

L'as du chronométrage célèbre l'événement avec une série spéciale et un nouveau mouvement chronographe : le B01. -/ The ace timekeeper celebrates its anniversary with a special series and a new chronograph movement, the B01.

C'est en 1884 que Léon Breitling crée son premier atelier d'horlogerie à Saint Imier, dans le Jura bernois. D'entrée il se spécialise dans un domaine très spécifique : les chronographes et le compteur. C'est le début d'une longue épopée jalonnée d'inventions et de performances. 1932, Breitling crée son premier chronographe de bord pour avions, 1952 : lancement de la Navitimer, instrument ultraperformant de navigation aérienne, 1969 : lancement du premier chronographe automatique, 1984 : lancement du Chronomat, qui donne un nouvel envol au chronographe mécanique, 1999 : Breitling décide de soumettre tous ses instruments pour professionnels aux tests du COSC, 2009 : Breitling lance son propre mouvement chronographe mécanique doté d'une roue à colonnes, d'un embrayage vertical et d'une réserve de marche de 70 h, le B01, qui équipe un nouveau Chronomat. Toutes les lignes connaissent un développement important, notamment la ligne Bentley (cf article sur les horlogers et l'auto). Cerise sur ce somptueux gâteau d'anniversaire : une édition spéciale de la Navitimer qui est proposée dans une version 43 mm en acier, série limitée à 2 009 exemplaires, cadran noir ou bronze Panamerican, mais aussi en or rouge (2 séries limitées de 125 exemplaires, cadran noir ou argent Mercury).

-/ It was in 1884 that Léon Breitling opened his first watchmaking workshop in Saint Imier in the Bernese Jura. From the beginning he specialised in one specific field: chronographs and meters. This was the start of a long history dotted with inventions and performances. 1932: Breitling creates its first on-board chronograph for planes. 1952: launch of the Navitimer, a high-performance air navigation instrument. 1969: the first automatic chronograph launched. 1984: launch of the Chronomat that gave new impetus to mechanical chronographs. 1999: Breitling decides to submit all its professional instruments to COSC tests. 2009: Breitling launches its own mechanical chronograph movement with column wheel, vertical coupling and 70-hour power reserve: the B01 that drives the new Chronomat.

All Breitling's lines are being ex-panded, notably the Bentley line (see article on watchmakers and cars). The icing on this sumptuous birthday cake is a special 43mm edition of the Navitimer: a limited edition of 2009 watches in steel with black or Panamerican bronze dial, plus two limited editions of 125 watches each in red gold with a black or Mercury silver dial.



Breitling Chronomat B01.



Piaget Polo FortyFive.

s'affinent. Les designs se font plus puissants et robustes, sans toutefois renier le passé. Plus que jamais, c'est l'esprit de la « fusion », chère au CEO de Hublot, Jean-Claude Biver, qui domine. Le mélange des matériaux nobles et hi-tech croise de façon productive, l'association de la tradition et de l'art horloger du XXI^e siècle.

Hublot: la Gold King Power. Associant un or rouge spécial et le caoutchouc, ce Chronographe Rattrapante Foudroyante propose des lignes puissantes et avant-gardistes.

Piaget: les 30 ans de la Polo. Pour célébrer l'anniversaire de son best-seller, Piaget propose la Polo FortyFive. Le boîtier en titane élargi à 45 mm, monté sur un bracelet caoutchouc avec inserts en acier, donne une interprétation très actuelle de l'élégance sportive chère à la marque.

Breguet: Marine Royale. Superbe montre de marine en or rose sur caoutchouc, qui sacre, de façon éclatante, la rencontre de la très haute horlogerie, du classicisme et de la modernité.

IWC: les nouvelles Aquatimer. La Manufacture de Schaffhouse décline ses montres de plongée avec la Deep Two (que nous vous avons présentée en mars), dotée d'un profondimètre, mais aussi avec cette superbe Aquatimer Chronographe Edition Galapagos Islands dont le boîtier en acier a reçu une enduction spéciale de caoutchouc vulcanisé.

Panerai: de nouveaux mouvements. La firme italienne lance une nouvelle famille de trois calibres, conçus et développés par elle : P.9000, P.9001 et P.9002. Ce dernier équipe notamment la Luminor 1950 3 Days Power Reserve GMT 44 mm en acier sur bracelet alligator.

Omega: une super Seamaster. La marque rappelle avec deux éditions limitées qu'elle équipait, il y a 40 ans, les astronautes de la mission Apollo 11 qui furent les premiers hommes à marcher sur la lune (voir notre édition d'avril). Elle est aussi à l'aise sous l'eau, avec une étonnante Seamaster Ploprof au carénage surpuissant qui est capable de braver des profondeurs de 1200 m.



Panerai Luminor 1950 3 days GMT.

Mixes of noble and hi-tech materials productively interact with the tradition and art of 21st-century watchmaking.

Hublot: Gold King Power. Teaming a special red gold with rubber, this jumping-seconds split-seconds chronograph is powerful and avant-garde in its styling.

Piaget: the Polo is 30. To celebrate its bestseller's anniversary, Piaget brings us the Polo FortyFive. The titanium case, enlarged to 45mm and mounted on a rubber strap with steel inserts, gives a very of-today interpretation of the sporting elegance dear to this brand.

Breguet: Marine Royale. A superb watch in pink gold on rubber, brilliantly teaming top Haute Horlogerie with classicism and modernity.

IWC: new Aquatimers. The Schaffhausen manufacture expands its diving-watch offering through the Deep Two equipped with a depth meter (see our March issue) and also this superb Galapagos Islands Edition Aquatimer chronograph with a steel case given a special coating of vulcanised rubber.

Panerai: new movements. The Italian watch firm launches a new family of three calibres it has designed and developed itself, the P.9000, P.9001 and P.9002. The latter drives the 44mm Luminor 1950 3 Days Power Reserve GMT in steel on an alligator strap.

Omega: a super Seamaster. Through two limited editions, Omega reminds us that 40 years ago its watches were worn by the Apollo 11 astronauts who were the first men to walk on the moon (see our April issue). The brand is just as at ease underwater, with an amazing, powerfully profiled Seamaster Ploprof that can brave depths of up to 1200m.

ZENITH LES 40 ANS D'EL PRIMERO / EL PRIMERO'S 40TH BIRTHDAY

Plusieurs séries spéciales viennent célébrer l'anniversaire de ce mouvement légendaire. -/ Several special series celebrate the anniversary of this legendary movement.

C'est le premier mouvement chronographe automatique intégré, capable de mesurer des temps courts au dixième de seconde. Développé en 1969, l'année où l'homme a marché sur la lune, il fut baptisé El Primero. De facture classique, il permet d'allier faible encombrement, fiabilité et une étonnante précision qu'il doit à l'utilisation d'un balancier oscillant à la vitesse exceptionnelle de 36 000 alternances par heure. Certifié COSC, il n'allait pas tarder à entrer dans l'histoire horlogère. Il a permis à Zenith de développer, depuis 5 ans, une fabuleuse collection de montres modernes, logeant les plus grandes complications comme le tourbillon, la réserve de marche, l'open, la grande date, la rattrapante. Ainsi, El Primero a inspiré à ce jour 23 versions de mouvements.

Pour son anniversaire, Zenith lui dédie deux séries spéciales qui s'inspirent du premier modèle de 1969 : The Originals et New Vintage 69 (disponible seulement en 2009, en série limitée et numérotée). Par ailleurs, Thierry Nataf, Président de Zenith, a conçu un bandeau spécial anniversaire, qui est apposé sur le cadran de la série New Vintage 69, mais aussi sur une série des icônes Open El Primero 4021 de chaque collection (ChronoMaster, Class, Dely et Port Royal) qui sont rééditées à cette occasion en or rose ou en acier sur un cadran argent guilloché. -/ It was the first integrated automatic chronograph movement, capable of measuring short times to one tenth of a second. Developed in 1969, the year man first walked on the moon, it was christened El Primero. Of a classic manufacture, it combined reduced size with reliability and an amazing precision owed to a balance wheel oscillating at the exceptional speed of 36,000 vibrations an hour. It was COSC certified and didn't take long to go down in the history of watchmaking. Over the last five years the El Primero has enabled Zenith to develop a fabulous collection of modern watches comprising the greatest complications – tourbillon, power reserve, open, large date, split seconds. To date it has inspired 23 different movement versions.

For El Primero's anniversary Zenith dedicates two special series to it, inspired by that first 1969 model: The Originals and New Vintage 69 (available only in 2009, numbered limited edition). In addition Zenith chairman Thierry Nataf has designed a special anniversary banner that adorns the dials of the New Vintage 69 series but also a series of Open El Primero 4021 icons in each collection (ChronoMaster, Class, Dely and Port Royal), which for the occasion are being re-edited in pink gold or steel with a guilloché silver dial.



Zenith Vintage 1969
Original Titanium.



Breitling Bentley Motor Speed.

Ferrari Chronograph 45 mm Panerai.

Blancpain Super Trofeo Chronographe.

LES HORLOGERS ET L'AUTOMOBILE / WATCHMAKERS AND CARS

Ils étaient faits pour se rencontrer et s'apprécier. Les pilotes automobiles battent des records. Les horlogers mesurent leurs performances. Leur parenté est donc d'abord technique. Pas de courses automobiles, sans un bon chronométrateur. Tag Heuer est ainsi devenu le grand spécialiste du chronométrage automobile. Ses instruments permettent de mesurer des temps au 1/10 000^e de seconde ! Et l'horloger repousse sans cesse les limites de ses exploits.

De cette complémentarité entre horlogerie et automobile, est née une complicité qui, bien souvent, s'est muée en admiration réciproque, parfois en amitiés, puis en partenariats. Beaucoup d'horlogers sont ainsi des fans de sport autos et n'hésitent pas au besoin à passer derrière le volant. Luigi Macaluso, le boss de Girard-Perregaux et Jean-Richard, fut, raconte-t-il, « pilote Fiat durant sa jeunesse ». Ce passé en a fait un collectionneur émérite qui possède l'une des plus importantes et plus belles collections de voitures de rallye. Richard Mille affectionne lui aussi d'enfiler la combinaison de pilote et de conduire des bolides qui, à bien des égards, font songer aux montres futuristes qu'ils fabriquent.

Inspiration F1 !

Car l'auto s'est muée en source d'inspiration horlogère. Au niveau technique d'abord : les horlogers n'ont pas hésité à importer de l'industrie auto et de la F1 des matériaux hi-tech, notamment le titane, qui a révolutionné l'horlogerie moderne. Ce transfert de technologie a contribué à améliorer les performances des montres, mais aussi leur design. Pour Richard Mille, ce fut une source de création essentielle. Il dit lui-même qu'il a conçu ses montres à l'image des bolides automobiles et revendique volontiers pour ses montres le titre de F1 de l'horlogerie. Tag Heuer s'est inspiré du film *Le Mans*, sorti en 1971, avec Steve McQueen pour créer sa célèbre Monaco, qui connaît un succès constant à travers des déclinaisons toujours très prisées. De même, la Grand Carrera, lancée fin 2007, doit tout à la très ancienne fa-

milierité de la marque avec la course automobile. Bugatti a inspiré à Michel Parmigiani une montre futuriste, qui figure désormais dans les plus belles collections. Mais la parenté n'est pas qu'indirecte. Des liens plus étroits se sont noués entre marques horlogères et sport autos. Nombre de pilotes sont devenus des ambassadeurs pour des marques, qui leur dédient des modèles uniques ou des séries limitées. Richard Mille collabore ainsi avec Felipe Massa, l'une des stars du circuit de F1. Il est aussi lié à Nicolas et Jean Todt. Audemars-Piguet soutient le pilote suisse de F1, Sébastien Buemi, qui participe à la saison 2009 de F1 au volant d'une Toro Rosso. Tag Heuer a multiplié les partenariats avec les écuries (McLaren, Peugeot, Mercedes) et les champions (de Prost et Senna à Lewis Hamilton, via Kimi Räikkönen).

ENTRE LES HORLOGERS ET L'AUTOMOBILE, LA COMPLICITÉ EST ÉVIDENTE. ILS SONT NOMBREUX À DÉVELOPPER DES PARTENARIATS AVEC DES MARQUES D'AUTOS, DES ÉPREUVES OU DES PILOTES CÉLÈBRES.
- / WATCHES AND CARS HAVE A LOT IN COMMON SO MANY WATCHMAKERS GO INTO PARTNERSHIP WITH CAR MANUFACTURERS, MOTORING EVENTS AND FAMOUS RACING DRIVERS.

They were made to meet and appreciate each other: racing drivers beat records, watchmakers time their performances. So initially the relationship is a technical one: no motor racing without good timekeeping. Tag Heuer is the big specialist in motor racing timekeeping; its instruments can already measure time down to one ten-thousandth of a second and the watchmaker consistently surpasses its own exploits! Out of this complementarity came a complicity that in many cases has evolved into reciprocal admiration then partnerships. Many watchmakers are themselves motor racing fans and not slow to grasp the steering wheel themselves. Luigi Macaluso, boss of Girard-Perregaux and Jean-Richard, was a Fiat racing driver in his youth, which has led to him becoming a respected collector with one of the largest and loveliest collections of rally cars. Richard Mille too enjoys racing cars that in many ways resemble the futuristic watches he creates.

F1 inspiration!

The car has indeed become a source of horological inspiration, on the technical level to start with: watchmakers have cheerfully borrowed hi-tech materials, notably titanium that has revolutionised modern watchmaking, from the motoring industry and Formula 1. This transfer of technology has improved the performances and even the de-

velopment of the brand with the automobile. Bugatti a inspiré à Michel Parmigiani une montre futuriste, qui figure désormais dans les plus belles collections. Mais la parenté n'est pas qu'indirecte. Des liens plus étroits se sont noués entre marques horlogères et sport autos. Nombre de pilotes sont devenus des ambassadeurs pour des marques, qui leur dédient des modèles uniques ou des séries limitées. Richard Mille collabore ainsi avec Felipe Massa, l'une des stars du circuit de F1. Il est aussi lié à Nicolas et Jean Todt. Audemars-Piguet soutient le pilote suisse de F1, Sébastien Buemi, qui participe à la saison 2009 de F1 au volant d'une Toro Rosso. Tag Heuer a multiplié les partenariats avec les écuries (McLaren, Peugeot, Mercedes) et les champions (de Prost et Senna à Lewis Hamilton, via Kimi Räikkönen).

Tous en piste!

Les horlogers sponsorisent aussi des épreuves automobiles. Chopard est partenaire du mythique Rallye Mille Miglia. Cette collaboration a donné naissance à une collection de montres emblématiques qui s'enrichit chaque année de nouveaux modèles. L'horloger participe aussi au Rallye Historique de Monaco. Richard Mille est partenaire du Mans Classic depuis 2002, auquel il a dédié une série limitée : la RM011. Il vient de signer un accord avec le Grand Prix Historique de Pau, qui se tient tous les deux ans, en alternance avec la rétrospective du Mans. Course mythique qui a vu courir les plus grands pilotes – de Fangio à Lewis Hamilton, via Montoya –, elle s'est déroulée cette année du 22 au 24 mai. Jaeger-LeCoultre vient de s'associer à Aston Martin Racing pour une durée de trois ans. L'écurie est engagée dans les 24 Heures du Mans 2009, avec deux voitures d'usine en LMP1. À cette occasion, l'horloger a édité un nouveau modèle spécial de sa montre Amvox. Autre as de la montre sportive, Blancpain s'est récemment associé à Lamborghini pour créer le premier championnat automobile Lamborghini du monde : le Lamborghini Blancpain Super Trofeo, qui a débuté ce printemps. Cet accord a inspiré une montre présentée au dernier Salon de Bâle. Hublot, leader de l'horlogerie tendance, vient de monter une opération avec Morgan, pour le 100^e anniversaire de la firme automobile. L'horloger a édité à cette occasion l'Aero Bang Morgan, inspirée par la voiture AeroMax, éditée en série limitée de 100 exemplaires faits à la main.

Collections de race

Au-delà d'une passion commune, ces partenariats ont un évident intérêt en termes de communication. Ils permettent des synergies positives entre les deux univers horlogers et automobiles. Au point que les liens débouchent parfois sur des collaborations durables. Depuis 2002, Breitling développe une collaboration avec Bentley qui s'est traduite en 2003, par le lancement d'une collection de prestige Breitling for Bentley, qui a connu un succès international et s'enrichit cette année encore de plusieurs modèles, toujours inspirés par la grande marque auto. Jaeger-LeCoultre collabore avec Aston Martin depuis 2004. Ce rapprochement s'est traduit par la création d'une collection de montres inspirées par la célèbre marque. Enfin, Ferrari, dieu et légende de la F1, s'est associé à l'horloger italien Officine Panerai pour lancer une collection de montres à l'effigie du célèbre *cavallino*.



Chopard Mille Miglia GT XL Chrono.



Tag Heuer Monaco Concept.

sign of watches. Indeed it's a vital creative source for Richard Mille, who says he conceives his watches like racing cars and describes them as watchmaking's Formula 1. Tag Heuer drew on the 1971 *Le Mans* film starring Steve McQueen for its famous Monaco model that's consistently successful in highly prized versions. Likewise its Grand Carrera launched in late 2007 owes everything to the brand's long familiarity with motor racing. Bugatti inspired Michel Parmigiani to create a futuristic watch now to be found in the best collections.

But even closer ties are being established between motor sports and watchmaking. Many racing drivers have become ambassadors for car makes who dedicate one-off models or limited editions to them. Richard Mille collaborates with F1 star Felipe Massa and also has links with Nicolas and Jean Todt. Audemars-Piguet backs Swiss F1 driver Sébastien Buemi who's driving a Toro Rosso in the 2009 F1 season. Tag Heuer has worked with racing teams (McLaren, Peugeot, Mercedes) and champions (Prost, Senna, Lewis Hamilton, Kimi Räikkönen).

Start the engines!

Watch brands also sponsor motoring events. Chopard partners the mythic Mille Miglia rally, which has resulted in a collection of emblematic watches that adds more models each year, and participates in the Monte-Carlo Historic Rally as well. Since 2002 Richard Mille has partnered the Le Mans Classic, to which he's dedicated a limited edition of the RM011, and has just signed an agreement with the Pau Historic Grand Prix to be held every two years, alternating with the Le Mans retrospective. This mythic race (22 to 24 May this year) has attracted the greatest drivers from Fangio through Montoya to Lewis Hamilton. Jaeger-LeCoultre has just joined forces for three years with Aston Martin Racing, which is entering two prototype cars in the Le Mans 24 Hours race; to mark this the watch brand is editing a special new model of its Amvox watch.

Blancpain, another sports watch ace, has recently teamed up with Lamborghini to launch the Lamborghini Blancpain Super Trofeo that debuted this spring. This has inspired a watch unveiled at the last Baselworld. Trendy timewear leader Hublot recently partnered Morgan to celebrate the latter's 100th anniversary, for which it brought out the AeroMax-inspired handmade Aero Bang Morgan watch in a limited edition of 100.

Racy collections

These partnerships are obviously good for public relations too since they create positive synergies between the watch and car worlds, often leading to lasting collaborations. Since 2002, Breitling has been working with Bentley, resulting in 2003 in the prestige Breitling for Bentley watch collection that's been universally successful and again this year adds several models. Jaeger-LeCoultre has been working with Aston Martin since 2004, bringing out a collection of watches inspired by that famous marque. Last but not least, F1 god and legend Ferrari has teamed up with Italian watch brand Officine Panerai to launch a collection of watches in the effigy of the famous *cavallino*.

71 appartements de grand luxe en plein coeur de Beaulieu-sur-Mer

71 luxury apartments in the heart of Beaulieu-sur-Mer

Du studio au 5 pièces

Studio to 4 bedrooms

bs
blue square



Reste 11 appartements
Only 11 apartments left

Blue Square, l'excellence de la Côte d'Azur au plus proche de vous

Une réalisation alliant architecture d'inspiration Belle Epoque et prestations intérieures contemporaines de grand luxe.

En plein Triangle d'Or, vivez le meilleur de la Côte d'Azur en vous offrant une situation privilégiée ; A proximité piétonne de tous les centres d'intérêts historiques, touristiques, commerçants et culturels de la Ville de Beaulieu-sur-Mer et à égale distance de la ville de Nice et de la Principauté de Monaco.

Blue square, c'est également des appartements entièrement équipés situés idéalement à 300 mètres des plages et des deux ports de Beaulieu-sur-Mer.

Belle époque inspired architecture, combining the best of contemporary interior design and luxury.

Enjoy life on the French Riviera in the most privileged of settings... Beaulieu-sur-Mer historical, tourist, commercial and cultural sites are all within walking distance and the city itself is ideally located between Nice and the Principality of Monaco.

Fully equipped apartments on the wateredge, only 300 meters from the beach and both ports in Beaulieu-sur-Mer.



Visitez notre site
www.blue-square.fr



Blue
Alliance

Agent exclusif / Sole agent : BLUE ALLIANCE - Beaulieu-sur-Mer, France - Tél. +33 (0)4 93 01 01 61

Fax. +33 (0)4 93 01 02 42 - contact@blue-alliance.com - www.blue-alliance.com

Nous parlons Anglais, Italien, Espagnol et Russe / We speak English, Italian, Spanish and Russian.

automobile

En route pour l'émotion

Hi-tech ou vintage, fashionable ou écolo, impossible de ne pas craquer pour elle !

En route for thrills

Hi-tech or vintage, fashionable or ecological... impossible not to fall for one of them!



AUTO SPECIAL CARS

101

— d'égo + d'éco



MOINS c'est MIEUX

Fiat 500

Consommations mixtes (l/100 km - Dir. 99/100/CE) et émissions de CO₂ (g/km) mini/maxi : 4,2/6,3 et 110/149.

www.fiat.fr

MOINS C'EST MIEUX. MOINS C'EST PLUS. MOINS C'EST INTELLIGENT.



La nouvelle est parue dans la presse : Delta se gare toute seule.

Delta
SYSTÈME
MAGIC PARKING

Delta avec Magic Parking
inclus à partir de

19 990 €⁽¹⁾

Prime à la Casse
Lancia déduite

1 000 €⁽²⁾

Bonus Écologique
jusqu'à

700 €⁽³⁾

Le système d'assistance Magic Parking mesure la distance entre deux voitures en stationnement grâce à un radar et calcule la trajectoire optimale pour permettre à Delta de se garer toute seule. Encore plus de confort et toujours l'habitabilité record et l'espace aux jambes incomparable d'une voiture plus spacieuse et moins encombrante.

E.S.P+ • 7 Airbags • Feux à LED • Jantes alliage • Climatisation bi-zone • VIP Service

Portes Ouvertes 13 & 14 juin⁽⁴⁾

Réservez votre essai sur Lancia.fr

Toutes les réductions de prix indiquées sont établies sur la base de notre prix maximum conseillé au tarif du 01/04/09.
(1) Offre réservée aux particuliers valable jusqu'au 30/06/09 chez les Distributeurs Lancia participants. Exemple pour une Delta Oro 1.4 T-Jet 120 ch à 21 800 € + option Magic Parking à 600 € - 1 000 € de Prime à la Casse Lancia pour reprise de votre véhicule 8 à 10 ans et achat d'un véhicule neuf - 1 410 € de remise Lancia = 19 990 €. Conditions sur WWW.LANCIA.FR. Consommation mixte : 6,6 l/100 km. Émissions de CO₂ : 156 g/km. *Modèle présenté : Delta Di Lusso 1.6 Diesel Multijet 16v 120 ch avec filtre à particules de série et boîte de vitesses Selectronic à 30 800 € + option jantes alliage 18" Sport et double sortie d'échappement chromée à 500 € + option système d'assistance Magic Parking à 600 € - Bonus Écologique de 700 € = 31 200 € prix catalogue. Consommation mixte : 4,6 l/100 km. Émissions de CO₂ : 120 g/km. (2) Prime à la Casse Lancia pour la reprise d'un véhicule de 8 à 10 ans et l'achat d'un véhicule neuf. (3) Selon dispositions gouvernementales. Émissions de CO₂ gamme Delta : de 120 à 185 g/km. (4) Selon autorisation préfectorale.



L'ÉLÉGANCE,
LE TEMPÉRAMENT.

Italian
Motor Village
CANNES

Intermap
Cannes

CANNES / LE CANNET - Av du Campon - Bretelle de l'Autoroute - 04 92 18 63 63
Intermap France 1^{er} Distributeur du Groupe Fiat - www.intermap.fr

Italian
Motor Village
CANNES

Intermap
Cannes

CANNES / LE CANNET - Av du Campon - Bretelle de l'Autoroute - 04 92 18 63 63
Intermap France 1^{er} Distributeur du Groupe Fiat - www.intermap.fr

NISSAN
Gamme d'exception

exception

GT
R



NOUVEAU 370Z



MURANO



VOS DISTRIBUTEURS NISSAN SUR LA CÔTE D'AZUR

DANS ALPES MARITIMES - 06
ANTIBES : 2255 chemin St Claude - 04 92 91 11 10
 www.nissanantibes.com
LE CANNET : avenue du Campon - 04 93 46 86 46
 Distributeur exclusif GT-R
 www.nissancannes.com
NICE : 79, Bvd Gambetta - 04 92 15 82 15
 www.nissan-nice.com

DANS LE VAR - 83
DRAGUIGNAN : DN 555 quartier La Foux- 04 98 10 59 10
 www.nissan-druguignan.com
PUGET SUR ARGENS : DN7 quartier Barestes - 04 98 11 18 18
 www.nissan-puget.com



JÉRÔME LAMBERT
PASSION RALLYE
/ PASSIONATELY RALLY

IL EXISTE DES VIRUS DONT IL EST IMPOSSIBLE DE GUÉRIR. POUR LE PRÉSIDENT DE L'AUTOMOBILE CLUB DE NICE, CE VIRUS S'APPELLE AUTOMOBILE.

-/ SOME BUGS YOU CATCH JUST CAN'T BE CURED. IN THE CASE OF THE AUTOMOBILE CLUB DE NICE'S PRESIDENT THE BUG IS RALLYING!

« À 14 ans je connaissais mieux les voitures que mon programme scolaire. » Pour Michel Chaple, tout a commencé à l'adolescence. « C'était beau, ça sentait mauvais et c'était puissant. Bref, il y avait tout pour émerveiller le regard de l'enfant que j'étais. » Il aurait pu comme d'autres passionnés y faire carrière. Mais non, il a préféré y consacrer sa vie en tant que bénévole. Son métier, c'est de vendre des cuisines industrielles pour les hôpitaux ou les conseils généraux. Cadre commercial, il affiche une belle réussite. Quand il n'est pas sur les routes pour visiter ses clients, il est... sur les routes ! Le chronomètre remplaçant le carnet de commande, le voilà comme commissaire de course sur le parcours du Tour Auto ou du Rallye Jean Behra, prenant le temps, pas le sien, mais celui des concurrents qui défilent devant lui. Encore une fois fidèle au poste, une fidélité qui dure depuis 41 ans. Une relation aussi solide qu'un mariage d'amour entre un homme et une femme. Ou presque car le sien a calé, il y a quelques années. Sa compagne d'aujourd'hui est aboyeuse. « Elle annonce les temps au passage des pilotes. » Comme quoi, c'était une belle rencontre. Rencontre aussi avec des pilotes. Souvenirs. Jean-Claude Andruet ? « Un jour pendant un parcours de reconnaissance au Tour de Corse, je le vois arriver en pleine vitesse. Et d'un seul coup, il freine sans raison apparente, descend de la voiture et va engueuler un spectateur qui venait de jeter sa cigarette par terre en pleine forêt: "C'est à cause de gens comme vous que les rallyes seront un jour interdits !" Une vraie tête brûlée, Andruet ! » Gérard Larousse ? « Un fêtard de première, mais d'un calme olympien au volant ». Il a connu aussi les débuts de Sébastien Loeb et ses saltos sur les podiums. « Aujourd'hui, c'est interdit ».

Un mandat bien rempli

Depuis 2005, il est président de l'Automobile Club de Nice. Une tâche ardue. « Quand j'ai commencé mon mandat, le club était déficitaire de 800 000 €. Nous devons de l'argent aux impôts, aux pompiers, à la police. En somme à tous les partenaires qui nous sont indispensables pour organiser nos manifestations ». Avec ses copains, Claude et Lucienne Grassini, Jean-Claude Accabbo, Nicole Baixas et Pierre Jolivel, il retrouve ses manches et se met au boulot. Quatre ans plus tard la dette est épongée. Et de nouveaux projets voient le jour. Création de stages de récupération de points du permis, organisation de nouveaux rallyes. Démarche citoyenne aussi avec une opération « verte ». « Nous avons commandé des études pour connaître l'impact écologique des épreuves et avons décidé de financer la plantation d'arbres dans les communes que nous traversons ». Dans trois ans, il quittera son poste. « Je pourrai, enfin, passer du temps avec mes petits-enfants. Et continuer les rallyes avec mon fils car, à 40 ans, il vient enfin d'attraper le virus ! »

"At 14 I knew more about cars than my school work!" For Michel Chaple it all started when he was a teenager. "They looked lovely, smelt bad and were powerful, in fact cars had everything to fill the child me with wonderment." Like other car lovers he might have made them his business, but no, Michel preferred to devote his life to them as a hobby. His profession is selling industrial kitchens to hospitals and administration centres. He's a very successful sales rep, and when he isn't on the road visiting his clients he's... on the road! Stopwatch replaces order book as he stewards for rallies such as the Tour Auto or Jean Behra, taking his time out to monitor the times of competitors whizzing past him, faithfully fulfilling the duties he's been carrying out for 41 years. A relationship as solid as a marriage of love between a man and a woman, in his own case more so for his marriage broke up a few years back. But his new life partner shares his passion: "She calls out the times as the drivers pass." A meeting meant to happen then! Like other meetings, with drivers. Jean-Claude Andruet. "One day we were reconnoitring for the Tour de Corse when I saw him arrive at full pelt then brake for no apparent reason, jump out of his car and start shouting at a spectator who'd chucked his cigarette away into the forest." If rallies get banned one day it'll be because of people like you!" he cried. A real hot head, Andruet! Gérard Larousse. "A total party person but imperturbably calm at the wheel." He also witnessed Sébastien Loeb's debuts and his backward flips on the podiums. "Now that's prohibited."

A well-filled mandate

Since 2005 Michel has been president of the Automobile Club de Nice, an arduous task. "When I started my mandate the club was €800,000 in debt; we owed money to the tax department, the fire brigade and the police, in short everyone indispensable for organising our events." With his club friends he rolled up his sleeves and set to work. Four years later the debts have been paid and new projects in the pipeline: courses to regain lost license points, organising new rallies and also a socially responsible "green" project. "We've commissioned surveys to establish the ecological impact of the rallies and have decided to finance the planting of trees in the places we drive through." Three years from now he'll be relinquishing his post. "I'll at last be able to spend time with my grandchildren. And continue rallying as my 40-year-old son has at last recently caught the bug too!"



Chaque automobile, à l'instar de cette Excalibur (ci-dessus) ou de cette AC Cobra (en haut à droite), fait l'objet de soins les plus attentionnés.



Après chaque restauration, la voiture est livrée avec une ligne de bagages assortie à la sellerie.

GÉRARD JOURDAN LA VOITURE HAUTE COUTURE / HAUTE COUTURE CARS

CARROSSERIE, SELLERIE, RESTAURATION ET BUREAU DE STYLE, LA MAISON JOURDAN PROPOSE 4 500 M² D'ATELIER CONSACRÉS À L'EXCELLENCE AUTOMOBILE. -/ BODYWORK, UPHOLSTERY, RESTORATION, DESIGN OFFICE... GÉRARD JOURDAN'S 4500M² GARAGE IS DEDICATED TO AUTOMOBILE EXCELLENCE.

« S'approcher du meilleur pour atteindre la perfection ». Voilà ce qui anime Gérard Jourdan depuis plus de 40 ans. C'est l'histoire d'un homme, mais aussi celle d'une famille mentonnaise qui, depuis quatre générations, s'est consacrée à l'excellence. Bien sûr, en 1886, date à laquelle Jean-Ours Brignolo, arrière-grand-père de Gérard, crée l'entreprise, on ne parle pas encore d'automobile mais de fiacre. Cocher de métier, l'idée lui vient pendant la saison morte, l'été, de développer une activité novatrice, la customisation des voitures à chevaux. A la plume d'oiseau, il dessine filets d'or et autres motifs destinés à la belle clientèle azuréenne. Le succès est immédiat, si bien que son fils Auguste, au début des années vingt, se fait un nom auprès des touristes russes et anglais fréquentant la Riviera dans leurs limousines.

Gants blancs et ambiance clinique

123 ans plus tard, la carrosserie Jourdan n'a non seulement rien perdu de son savoir-faire traditionnel, mais a su négocier le virage de la modernité. Après avoir obtenu en 2000 la certification Iso 9001, Aston Martin le choisit pour être, en France, le premier professionnel (rejoint, aujourd'hui, par un confrère parisien) accrédité à intervenir sur les

réparations des châssis aluminium des modèles maison. S'en suivront Jaguar, Bentley, BMW, Rolls-Royce, Mercedes... Oubliez alors vos images d'Epinal avec ces ateliers qui sentent l'huile et le cambouis. Ici, on travaille en gants blancs dans un environnement clinique. « La voiture moderne n'a plus rien d'artisanal et, pour offrir les meilleurs services, il est obligatoire d'investir dans des équipements de haute technologie et dans la formation du personnel ». Exemple de cette course aux nouvelles technologies, le colorimètre. Un appareil qui permet d'analyser précisément la couleur d'une carrosserie et ses altérations dues au temps afin que la pièce remplacée ou réparée soit invisible.

Restauration vintage

On touche là un service qui symbolise toute la philosophie maison : conserver l'esprit de la voiture, et qui prend encore plus de sens quand il s'agit de restauration. « Faire ce qu'il y a de plus beau pour satisfaire le client sans dénaturer l'âme de la voiture », a l'habitude de dire Gérard Jourdan. Mais derrière les mots se cache l'émotion. L'émotion de s'installer au volant d'une Mercedes 280 SL des années soixante tout juste sortie d'atelier. Oui, elle sent le neuf, mais un neuf « vintage » car la patine du temps est toujours là. Souci du détail et beauté du geste, chaque voiture est livrée avec un ensemble de bagages en cuir assorti. Citons encore une AC Cobra, célèbre voiture de sport américaine produite entre 1960 et 1970. « Elle appartient à un client anglais, qui l'a achetée dès sa sortie. Quand il est venu la chercher, il a eu une réaction étonnante. Il s'est approché et, soudain, s'est tourné vers le mur. J'ai cru qu'il y avait quelque chose qui n'allait pas. En fait, il s'était isolé pour pleurer... ».

Bureau de style

Des histoires, Gérard Jourdan en a de quoi remplir des livres. Et pas uniquement sur des voitures mythiques. Actuellement, on peut voir dans l'un de ses ateliers une Trac-tion. Étonnant de trouver une automobile populaire ? « Quand on travaille sur une Fer-



Gérard Jourdan porte les valeurs d'une tradition familiale dont l'origine remonte à 1886.

rari ou une Aston Martin, il est facile de faire une belle voiture. Avec des modèles moins prestigieux, la tâche est beaucoup plus intéressante ». Résultat, « elle sera la plus belle Trac-tion du monde ! » Fanfaronnade ? Non, car en plus des ateliers de carrosserie, de restauration et de sellerie, Gérard Jourdan propose un bureau de design. Tel un décorateur, il associe couleurs, matières, style de coutures, finitions pour rendre chaque modèle unique. Comme tout est possible, les clients s'en donnent à cœur joie. Comme assortir un intérieur à celui de son yacht ou remplacer toute la sellerie d'une Bentley affichant 0 km au compteur pour l'harmoniser avec celle du siège bébé... Pour Albert Goldberg, créateur de la marque Façonnable, il restylisera une Mini Moke et une Mini Cooper. « Toutes les deux seront repeintes en vert militaire avec intérieur cuir cognac. La Mini Moke sera exposée dans les boutiques Albert Arts, dont le couturier est propriétaire. » Mais son dernier coup de cœur va à un Pick-up Chevrolet 1956 appartenant à Alain Ducasse. « C'est un cadeau de son épouse. Quand il me l'a amenée, l'auto était dans son jus. Il m'a demandé « que peux-tu en faire ? ». Pour le savoir, inutile de se perdre en long discours, les photos parlent d'elles-mêmes.

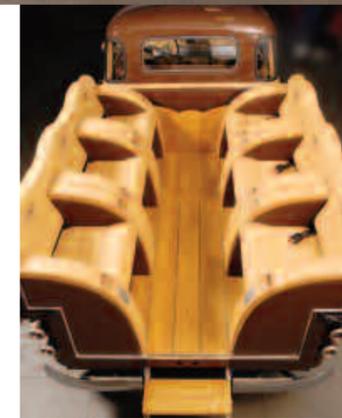
-/ "Aim for the best so as to attain perfection." That's what has been driving Gérard Jourdan for the last 40 years. This is the story of one man but no less of a Menton family that for four generations has devoted its efforts to excellence. Of course, back in 1886 when Gérard's great-grandfather, Jean-Ours Brignolo, started the business it wasn't yet about automobiles but carriages. A cabman by trade, during his summer off-season Brignolo had an idea for an innovative new line of work: customising horse-drawn carriages. Using a goose feather, he would paint gold filets and motifs on the carriages of the Riviera's high-class clientele. The idea immediately caught on and by the early 1920s his son Auguste had made a name for himself among the Russian and English tourists who frequented the Riviera, now in limousines.

White gloves and pristine environment

One hundred and twenty-three years later, the Jourdan bodywork shop has not only conserved every iota of its traditional expertise but has also embraced modernity. After obtaining ISO 9001 certification in 2000, it was the first French garage accredited by Aston Martin to carry out repairs to its cars' aluminium chassis (there's now another, in Paris). Jaguar, Bentley, BMW, Rolls-Royce, Mercedes and others followed suit. Forget the clichéd images of garages smelling of oil and grease, here they work in white gloves and a pristine environment. "Modern cars have nothing artisanal about them and if you want to provide the best services you have to invest in hi-tech equipment and staff training." Example: a colour analyser that determines precisely the bodywork shade and



Le Pick-up d'Alain Ducasse a été transformé en voiture picnic pour six convives.



Chaque siège est muni d'une tablette coulissante pour poser sa flûte de champagne.

how it has altered with time, so that any part replaced or repaired will not be visible.

Vintage restoration

Here we come to a service that symbolises the company's entire philosophy of preserving a car's spirit. "Do the finest work possible to satisfy the client, without spoiling the car's soul," is how Gérard Jourdan describes it. But behind those words lies emotion, the kind you feel when you get behind the wheel of a 1960s Mercedes 280 SL Pagoda that's just left the workshop. Yes it smells new, but a vintage 'new' for the patina of time is still there. Honed details, evident thoughtfulness, each car delivered with a set of matching leather luggage. An AC Cobra, a famous American sports car produced from 1960 to 1970, for example. "It belongs to an English client who bought it brand new. When he came to collect it his reaction was amazing: he walked up to it then turned his face to the wall. I thought there was something wrong but in fact he was crying!"

Design office

Gérard Jourdan has enough stories to fill several books, and not only about mythical cars. Right now one of his workshops is working on a simple front-wheel-drive. "When you work on a Ferrari or Aston Martin it's easy to turn out a beautiful car. With less prestigious models the task is a lot more interesting. This is going to be the loveliest front-wheel-drive in the world!" An empty boast? Indeed not, because in addition to bodywork, restoration and upholstery workshops, Gérard Jourdan also has a design office where, just like any decorator, he associates colours, materials, types of stitching and finishes so each car is unique. And as everything is possible, his clients take full advantage. As in making a car interior match that of their yacht or replacing all the upholstery in a Bentley with zero miles on the clock so that it matches their booster seat! For Albert Goldberg, the man who created the Façonnable brand, Gérard Jourdan is to restyle a Mini Moke and a Mini Cooper. "Both will be resprayed military green and given a cognac-brown leather interior. The Mini Moke will be displayed at Albert Arts, which the couturier owns." But Jourdan's most recent favourite is a 1956 Chevrolet pick-up belonging to Alain Ducasse. "It's a gift from his wife. When he brought it in, it was in a real state and he asked me 'what can you make of it?'" If you want to know the answer, just look at the photos!

Gérard Jourdan Carrossier, 100 Val du Careï, Menton - Tél. 04 93 35 94 00
www.gerardjourdan.com

The Strand

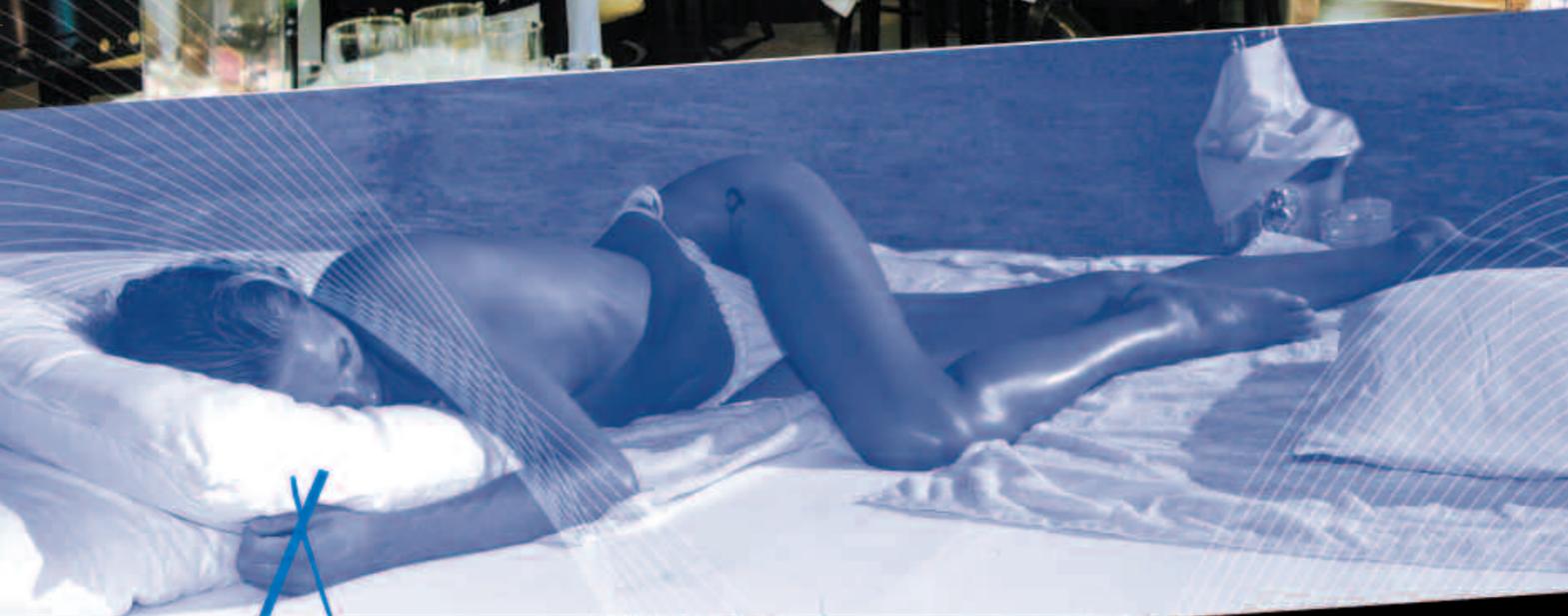
Restaurant and Champagne Lounge

2 rue du petit bal - Saint Tropez
T. +33 04 94 97 43 22
www.the-strand.fr

L'élégance décontractée, Le restaurant The Strand propose une mesure identifiable du progrès dans la restauration, combinant ambiance, cadre, people et cuisine dans un mélange parfait, prouvant ainsi qu'un restaurant ne doit pas être ennuyeux pour proposer une belle table, ni sacrifier un standard culinaire car il est branché, Avis aux gastronomes, venez avant 22h, après quoi l'air de la fête fait concurrence à la nourriture.

Casually elegante, The strand sets an identifiable benchmark of progress for gustavia restaurants, combining mood, setting, people and food in perfect proportion, and proving that a restaurant doesn't have to be boring to put out

great food, or sacrifice culinary standards because it's hip, Here, both are admirably achieved, but for culinary purists, come before 10 pm, after which the restaurant mood swings decidedly more the lounge.



NIKKI BEACH

NIKKI BEACH Saint Tropez
T. +33 04 94 79 82 04
www.nikkibeach.com

L'ambiance de 12h à 17h est très élégante version farniente chic avec musique lounge, éclectique, service efficace et discret, carte de restaurant toujours en ascendante évolution avec la venue de JC Guy "l'esprit de Saline Saint Barth" aux

manettes de la cuisine. La musique et l'ambiance prennent pour quelques heures un tournant plus festif au moment de l'apéro côté plage/piscine. Donnant aux lieux son caractère unique alliant les meilleurs ambiances de plage au sein du même établissement. Clôture de la journée de rêve à 20h.

From noon to 5pm the mood is very elegant in a chic laidback way, with eclectic lounge music, efficient but discreet service and a restaurant menu always aiming higher since JC Guy, "the spirit of Saint Bart's Saline", took over the kitchens. Then the music and mood take a more festive turn for a few hours for aperitifs on the beach and around the pool. A place imbued with a unique character because combining the best beach ambiances within one establishment. The end of a perfect day comes at 8pm.

DESTINATION DESIGN

PAR ALEXANDRE BENOIST

QUOI DE MEUX QUE DE BELLES LIGNES POUR VOUS TRANSPORTER !
-/ WHAT BETTER MEANS OF TRANSPORT THAN BEAUTIFUL STYLING?



Alfa Romeo 8C Spider

Alfa Romeo 8C Spider

Produites en 500 exemplaires, l'8C Spider a été dessinées par le Centre Style Alfa Romeo et elles se distinguent pour ses surfaces modelées, entièrement en fibre de carbone. Des lignes fluides exprimant toute la beauté d'une véritable "œuvre d'art en mouvement" et qui simultanément renvoient au glorieux passé de la marque et projettent ses valeurs de technologie et d'émotion vers le futur. On est d'emblée séduits par leur élégance italienne, leur style absolument unique qui préfigure le plaisir d'une conduite sportive dans le respect de la tradition Alfa Romeo. -/ Just 500 8C Spiders have been produced, designed by Alfa Romeo's style centre and distinguished by surfaces modelled entirely in carbon fibre. The fluid lines express the full beauty of a veritable "artwork in movement" while simultaneously harking back to the marque's glorious past and projecting its values of technology and emotion into the future. Straight off we're seduced by the Italian elegance and a totally unique style promising the pleasures of sports driving with respect for the Alfa Romeo tradition.



Bentley GTC



Rolls-Royce Phantom Drophead Coupé

Rolls-Royce Phantom Drophead Coupé

Des ateliers traditionnels d'ébénisterie et de cuir en passant par les centres de compétences de soudure complexe de la structure d'aluminium, une Rolls-Royce du XXI^e siècle célèbre le mariage du savoir-faire artisanal et de la haute technologie. Sa construction nécessite plus de 350 heures de travail, hors fabrication du moteur proprement dit. Par exemple, sur la Phantom Drophead Coupé l'utilisation du teck représentent des défis uniques en raison de ses propriétés naturelles. Il faut en effet près d'un mois à l'équipe de l'atelier d'ébénisterie pour préparer, sélectionner, mettre en forme et réaliser la finition du jeu de pièces pour chaque voiture. -/ A 21st-century Rolls-Royce celebrates the marriage of craftsmen's knowhow – traditional cabinetmaking and leatherworking – with advanced technology as deployed in the skills centres responsible for the complex welding of the aluminium structure. It takes more than 350 hours of work to build one of these cars, and that's excluding the engine unit. For example, the teak used in the Phantom Drophead Coupé presents specific challenges because of its natural properties, so it takes the cabinetmaking workshop's team nearly one month to select, prepare, form and finish the set of pieces for each car.

Lamborghini Murciélago LP 670-4 SuperVeloce

La Murciélago est un modèle emblématique de la marque Lamborghini. Une machine sportive au caractère menaçant et à la puissance brutale. Son design dégage une forme de sensualité fortement dosée. Large, basse, dotée d'un cockpit très avancé et d'un dos long et tendu – l'interaction entre les lignes douces et les arêtes tranchantes comme un rasoir est l'expression parfaite du langage stylistique de Lamborghini. Le 12 cylindres est offert aux regards sous un couvercle transparent qui présente une architecture entièrement neuve. -/ The Murciélago is an emblematic Lamborghini model, a sporty machine with a menacingly strong character and almost brutal power. Its design exudes a strong dose of sensuality – broad and low with well-advanced cockpit and long, tense back – while the interaction between its soft lines and sharp-as-a-razor ridges perfectly expresses Lamborghini's stylistic language. The 12-cylinder engine can be admired under its totally redesigned transparent cover.

Lamborghini Murciélago LP 670-4 SuperVeloce



Bentley GTC

Aujourd'hui, l'arrivée sur le marché de la nouvelle gamme GTC fait subtilement évoluer son style caractéristique. La calandre est plus verticale avec des lignes carrées plus prononcées, accentuant son caractère Bentley et la grille d'admission d'air inférieure est plus audacieuse. Ces derniers modèles gagnent encore en distinction grâce aussi au cuvelage chromé des phares, au choix entre deux nouvelles peintures extérieures et un nouveau coloris de cuir. -/ The present arrival on the market of the new GTC range brings subtle evolutions to Bentley's characteristic style. The radiator grille is more vertical and its shape is more pronouncedly square, accentuating its Bentley character, plus the lower air-inlet grille is bolder. These latest models gain even more in distinction thanks to the chrome tubing of the headlights, a choice of two new paintworks and a new colour of leather.



Toyota Prius.

CONDUITE RESPONSABLE / RESPONSIBLE DRIVING

ROULER C'EST BIEN MAIS ROULER PROPRE C'EST MIEUX. -/ DRIVING IS GOOD, CLEAN DRIVING IS BETTER.

Toyota Prius

Sur la nouvelle Prius, 90 % des organes du système hybride ont été redéfinis afin de l'alléger et en réduire l'encombrement. Parallèlement, les ingénieurs ont cherché à augmenter la puissance, à réduire encore la consommation d'essence en conditions réelles et à améliorer le fonctionnement par temps froid. La puissance du système hybride augmente de 22 % en passant de 110 à 136 ch. Capable de rivaliser avec n'importe quelle voiture conventionnelle de 2 litres, la nouvelle Prius accélère de 0 à 100 km/h en 10,4 secondes. Pour autant, la consommation globale d'essence baisse de 14 %, soit un très frugal 3,9 l/100 km en cycle mixte. -/ In the new Prius, 90% of the hybrid system's components have been revisited so as to lighten it and reduce its bulk. In addition the engineers have sought to increase the power, reduce petrol consumption even more and improve cold-weather functioning. The hybrid system is now 22% more powerful (136hp from 110hp) and the new Prius is capable of holding its own against any conventional two-litre car, accelerating from standstill to 100kp/h in 10.4 seconds. And yet its petrol consumption has dropped 14% giving a frugal 3.9l/100km (combined).



Volvo DRIVE.

Volvo DRIVE

Les Volvo C30, S40 et V50 ont été les premiers modèles du millésime 2010 choisis pour recevoir la nouvelle génération de moteurs 1.6 D DRIVE équipée du système Start/Stop. En coupant le moteur lors d'arrêts prolongés, très nombreux en milieu urbain, l'économie sur le carburant et les rejets de CO2 est significative. En effet, ces deux dispositifs font chuter la consommation du 1.6 D DRIVE à 3,9 litres aux 100 km, tandis que les émissions de CO2 passent à 104 g CO2/km. -/ The Volvo C30, S40 and V50 are the first 2010 models selected to have the new generation of 1.6 D DRIVE engines equipped with the Start/Stop system that cuts the engine during the prolonged halts so frequent in urban conditions, thereby significantly reducing petrol consumption and CO2 emissions: the 1.6 D DRIVE uses only 3.9l/100km and emits just 104g/km of CO2.



Lexus RX 450 h.

Lexus RX 450 h

Après avoir déjà innové en 2005 avec le lancement du RX 400h, Lexus introduit avec le RX 450h la seconde génération de la technologie Lexus Hybrid Drive dans la gamme RX. En vente à partir de l'été 2009, ce crossover totalement hybride associe un moteur essence V6 3,5 litres et deux moteurs électriques qui agissent en tandem pour assurer une fonction quatre roues motrices. Résultat, une consommation en baisse de 23 %, avec seulement 6,3 l/100 km, et des émissions de CO₂, maîtrisées, avec seulement 148 g/km. -/ Having already innovated in 2005 by launching the RX 400h, Lexus has now introduced the second generation of Lexus Hybrid Drive technology with the RX range, notably the RX 450h. This fully hybrid crossover on sale from summer 2009 combines a 3.5l V6 petrol engine with two electric motors that work together to give four-wheel drive. The result is 23% less consumption, just 6.3l/100km, and CO₂ emissions of only 148g/km.



smart electric drive.

smart electric drive

La nouvelle smart fortwo electric drive offre de nouveaux potentiels de croissance à la marque : « A partir de la fin de l'année 2009, nous produirons la smart fortwo electric drive en petite série avec une batterie lithium-ion », annonce Dieter Zetsche. La devancière de la smart fortwo electric drive, la smart fortwo ev (electric vehicle), a été présentée en 2006. Depuis 2007, 100 smart fortwo electric drive de la première génération sont testées au total en conditions quotidiennes à Londres dans le cadre d'une flotte d'essai. -/ The new smart fortwo electric drive provides new potential for marque growth: "From late 2009 we'll be producing the smart fortwo electric drive in small series with a lithium-ion battery," Dieter Zetsche has announced. The smart fortwo ev (electric vehicle), the smart fortwo electric drive's forerunner, was unveiled in 2006 and since 2007 100 first-generation models have been tested out in everyday conditions in London as a pilot fleet.

TECHNO ROUTE / TECH-HEAD TRAVEL



Audi A4 allroad.

SÉCURITÉ, CONFORT, CONNECTIVITÉ, LES VOITURES SONT DEVENUES DE VRAIS LABORATOIRES HI-TECH. -/ SAFETY, COMFORT, STAYING CONNECTED... CARS HAVE BECOME REAL HI-TECH LABS.

Mercedes Classe E

La nouvelle Classe E est la première automobile du monde dont les phares s'adaptent à la situation de conduite et réagissent automatiquement (grâce à une caméra montée au niveau du pare-brise qui reconnaît les véhicules roulant devant elle) pour éviter d'éblouir les conducteurs des autres véhicules. Les systèmes d'aide à la conduite à technologie radar de la Classe S sont également proposés, en option, sur la nouvelle Classe E. Ils disposent désormais d'un balayage de la zone médiane permettant d'améliorer la détection de phénomènes dynamiques, comme le changement de voie inopiné d'un véhicule. Les deux capteurs radar de proximité grand angle d'une portée de 30 m présents sur le système précédent ont été conservés. -/ The new Class E is the world's first car with headlights that adapt to driving conditions and automatically avoid dazzling other drivers thanks to a camera level with the windscreen that registers any vehicles in front. And in the new Class E, the Class S's radar-technology driving aid systems are also available as options. These now include medium-range sweep monitoring to improve detection of movement, such as a vehicle unexpectedly changing lanes; the system's existing two wide-angle close-range (30m) radar sensors have been conserved.

BMW X5 M

BMW propose le service télématique BMW Assist avec une multitude de fonctions pour la BMW X5 M. Outre le service de renseignement personnalisé et les infos route actualisées, BMW Assist comprend désormais l'Appel d'urgence évolué avec localisation automatique. En cas de collision, le système transmet automatiquement la position de la voiture, certaines données la concernant ainsi que les valeurs mesurées par les capteurs embarqués et aptes à renseigner sur le type de collision et le risque de blessure encouru par les occupants à un Centre d'appel BMW. Le centre répercute alors immédiatement les informations au poste de secours le plus proche. -/ For the BMW X5 M, the manufacturer offers its BMW Assist viewdata service with a whole host of functions. In addition to a personalised information service and updated traffic news, BMW Assist now also includes an advanced emergency-call service with automatic localisation. If there's a collision, the system automatically transmits the location, certain data about the car plus onboard-sensor readings that give information about the type of collision and risks of injury to the car's occupants to a BMW call centre, which then immediately passes this information on to the nearest emergency centre.

Audi A4 allroad

Les premières Audi A4 allroad quattro arriveront chez les concessionnaires au début du 3^e trimestre. Avec cette nouveauté, Audi propose des systèmes d'assistance novateurs. Audi lane assist aide le conducteur à conserver la bonne trajectoire, alors qu'Audi side assist sécurise les changements de file. L'adaptive cruise control est un système à radar qui régule la distance au véhicule précédent en



Mercedes Classe E.



Abarth 500 "essence".



BMW X5 M.



Nissan 370Z.

NOUVEAU RX 450h TECHNOLOGIE FULL HYBRID

Découvrez le nouveau RX 450h, le crossover doté de la technologie full hybrid. Associant moteurs électriques et essence, aucune autre technologie ne conjugue avec autant d'élégance haute performance (299 ch), consommation mesurée (6,3l/100 km) et faibles émissions de CO₂ (148 g/km, nulles en mode électrique). Appréciez également son silence de conduite à nul autre pareil, sa télécommande tactile inédite et le service de conciergerie Forward Living* qui facilite votre quotidien. Le futur prend ainsi forme entre vos mains. www.lexus.fr



accélération et en freinant automatiquement. Lorsque le freinage automatique ne suffit pas, le système avertit le conducteur avec deux niveaux d'alarme qui se déclenchent selon que la situation est plus ou moins dangereuse. -/ The first Audi A4 all-road quattros will be arriving in dealerships early in the third quarter of this year. With this new model Audi proposes innovative assistance systems: Audi lane assist helps the driver maintain the correct trajectory, Audi side assist makes changing lanes safer and the adaptive cruise control is a radar system that regulates the distance from the vehicle in front by accelerating and braking automatically. When the automatic braking isn't sufficient, the system warns the driver by an alarm that has two settings depending on how dangerous the situation is.

Nissan 370Z

La dernière chose que l'on devrait trouver dans une voiture performante est un ensemble d'équipements distrayants, le genre qui, en outre, sert rarement ou parfois jamais. En ce qui concerne le 370Z, son équipement concerne essentiellement l'expérience de conduite... Comme le nouveau bouton de démarrage et arrêt du moteur (Stop/Start) monté sur la console centrale à portée directe de la main depuis le volant, et le système Synchro Rev Control. Le bouton Stop/Start est le prolongement direct du système Nissan Intelligent Key (ouverture et démarrage sans clé). Si la clé intelligente se trouve au fond d'une poche, d'un attaché-case ou d'un sac à main, les portes peuvent être déverrouillées rien qu'en effleurant le bouton de sa poignée et le moteur peut être lancé d'une simple pression sur le bouton Stop/Start. -/ The last thing you want in a high-performance car is a load of distracting gadgets of the type you'll rarely, if ever, use. Well, everything the 370Z is equipped with

relates directly to the driving experience, such as the new Stop/Start button on the centre console, directly in line with the steering wheel, and the Synchro Rev Control system. The Stop/Start button is an addition to the Nissan Intelligent Key system (keyless opening and starting); if the intelligent key is deep in a pocket, briefcase or handbag, you can still unlock the doors by just touching the handle with your wrist and start the engine by pressing the Stop/Start button.

Abarth 500 "esseesse"

En pleine cohérence avec la philosophie qui inspire depuis 50 ans Abarth – transposer sur le marché l'expérience acquise sur les circuits et rendre accessible l'univers des compétitions – le kit "esseesse" transforme l'Abarth 500 en une voiture résolument sportive. Ce kit permet au moteur 1.4 16v Turbo T-Jet de développer une puissance maximale de 160 ch (117 kW) à 5 750 tr/mn et, en modalité Sport Mode, un couple maximum de 230 Nm à 3 000 tr/mn. D'où des performances enthousiasmantes : vitesse de pointe de 211 km/h et accélération 0-100 km/h en seulement 7,4 secondes. -/ Totally in synch with the philosophy that has been inspiring Abarth for 50 years – transposing its experience acquired on racetracks into the market and making the world of motor racing accessible –, the esseesse kit transforms the Abarth 500 into a decidedly sporty car. This kit allows the 1.4 16v Turbo T-Jet engine to deliver maximum power of 160hp (117kW) at 5750rpm, with a maximum torque of 230Nm at 3000rpm in Sport Mode. This gives exciting performances: top speed of 211km/h and standstill to 100km/h acceleration in just 7.4 seconds.

	148 g/km CO ₂			
	6.3 l/100km			
	299 ch			

LE FUTUR EST ENTRE VOS MAINS

**LEXUS
HYBRID
DRIVE**

Consommations l/100 km (Normes CE) : cycle urbain, extra urbain, mixte de 6.6/6.0/6.3. Emissions de CO₂ en cycle mixte: 148 g/km (D). Full hybrid : totalement hybride. Technologie hybride Lexus. *Service de conciergerie intégré pendant un an à compter de la date d'achat du RX 450h. Image "conciergerie" Fancy / Veer / Corbis. RCS Nanterre B 712 034 040.

LEXUS CANNES STAR AUTO

Immeuble "Le Cannet 2000" Av. du campon 06110 LE CANNET
T : 04 92 18 03 03 - F : 04 92 18 01 00
lexus@starauto.fr - www.starauto.fr

SERVICE COMMERCIAL
Ouvert du Lundi au Samedi
sans interruption de 8h à 19h

SERVICE APRÈS-VENTE
Ouvert du Lundi au Vendredi de 8h à 12h
et de 14h à 18h, Vendredi jusqu'à 17h

LEXUS MONACO ULTRAMARE SAM

T : +377 93 30 10 00 - F : +377 92 16 71 23
lexus@ultramare.mc
www.lexus-monaco.com

SERVICE COMMERCIAL
23, boulevard d'Italie
Lundi au Vendredi de 9h à 19h
sans interruption

SERVICE APRÈS-VENTE
31-39, avenue Hector Otto
Lundi au Jeudi de 8h à 12h - 13h à 18h
Vendredi de 8h à 12h - 13h à 17h



GESTION PATRIMONIALE
PRIVÉE

UN NOUVEL ESPACE À NICE RÉSERVÉ À LA GESTION DE PATRIMOINE...

La Caisse d'Épargne Côte d'Azur a ouvert, le 5 mai dernier, sa première agence dédiée à la gestion de patrimoine. Cette nouvelle structure, la première pour le groupe Caisse d'Épargne sur ce modèle, offre une véritable vitrine pour cette activité mais ce ne sont pas les débuts de la Caisse d'Épargne sur ce sujet...



Depuis plus de 175 ans, notre établissement est au service des résidents du Var et des Alpes-Maritimes », précise Anna Llinares, Directrice de la Gestion Privée de la Caisse d'Épargne Côte d'Azur.

« Nous leur proposons nos conseils en matière de gestion patrimoniale par l'intermédiaire de nos chargés d'affaires au cœur de nos 151 agences et de nos 4 centres d'affaires depuis de nombreuses années. Cette ouverture est pour nous l'aboutissement de notre démarche : proposer notre savoir-faire dans un univers dédié et spécialisé, à nos clients mais aussi à toutes les personnes non clientes Caisse d'Épargne à la recherche d'un regard neuf et avisé sur leur patrimoine. »

Des chargés d'affaires toujours disponibles et multilingues.

Dans l'agence niçoise, une équipe de sept personnes est réunie sous la responsabilité du directeur Yann Lahaye. Afin de répondre aux spécificités et aux attentes des différentes clientèles, les chargés d'affaires sont spécialisés : trois sont réservés aux clients particuliers, un est dédié aux professions libérales et chefs d'entreprise et le dernier est spécialisé sur les clients non résidents. Ils sont épaulés par un collaborateur voué aux tâches de back-office.

« Il s'agit de collaborateurs de grande compétence, déjà chargés d'affaires dans notre établissement et qui ont fait leurs preuves » poursuit Anna Llinares. « Nous savons par expérience que nos clients sont exigeants et cela est tout à fait naturel au vu des enjeux. Ainsi pour les accompagner efficacement, ils disposeront du numéro de téléphone portable de leur chargé d'affaires. Etre joignable pour répondre à une interrogation ou pour convenir d'un rendez-vous qui interviendra au maximum dans les 48 heures s'impose. Les marchés financiers, le monde économique vont vite, nous

En effet, la gestion privée couvre de très nombreux aspects pas toujours bien identifiés. « La démarche consiste à s'attacher tout d'abord à la personne, sa situation, ses attentes, besoins et projets. En cela, nous avons l'approche d'un conseiller bancaire classique bien que les questions soient beaucoup plus pointues et les sujets beaucoup plus nombreux (régime matrimonial, patrimoine professionnel...). En fonction de cette analyse, nous proposons une allocation optimisée du patrimoine entre placements, des solutions d'optimisation fiscale, des mesures dans le cadre de la succession, y compris à titre professionnel (transmission d'entreprise), des financements d'opérations de placement (pierre, papier)... Le spectre des possibilités est infini. » Et les compétences nécessaires aussi.

A NEW NICE BRANCH DEVOTED TO ASSET MANAGEMENT

On 5 May the Caisse d'Épargne Côte d'Azur opened its first branch dedicated to asset management. This new structure, the first of its kind for the Caisse d'Épargne banking group, is a genuine showcase for this type of business but by no means the Caisse d'Épargne's debut in the field.

-/ "Our bank has been serving the residents of the Var and Alpes-Maritimes departments for more than 175 years," points out Anna Llinares, private asset management director for Caisse d'Épargne Côte d'Azur. "For many years we've been providing them with advice on managing their assets via our business managers working in our

151 branches and four business centres. This opening is for us the culmination of that initiative: make our know-how available in dedicated specialised premises, to our clients but likewise to all those who aren't Caisse d'Épargne clients but are seeking a fresh, shrewd professional opinion regarding their assets."

Indeed, private asset management comprises many aspects not always clearly identified. "Our approach is to initially concentrate on the person, their situation, expectations, needs and projects. In this our approach is that of a classic banking advisor although the questions are much more specific and the topics more numerous (marriage



Anna Llinares, Directrice de la "Gestion Privée"

devons être réactifs. Cette extrême disponibilité est d'ailleurs un incontestable atout supplémentaire proposé par la Caisse d'Épargne ». En outre, pour convenir aux spécificités de la population de notre territoire, ces collaborateurs sont multilingues : anglais, italien, espagnol et même russe !

« Nous pouvons répondre », conclut Anna Llinares, « à toutes les attentes de la clientèle, effectuer toutes les opérations jusqu'aux plus sophistiquées qui soient, y compris à l'international, ou encore assumer des gestions conseillées de portefeuille boursier. Une formule que je recommande d'ailleurs aux personnes qui veulent entrer en bourse. En effet des opportunités intéressantes se présentent, cependant, les marchés étant encore insuffisamment stabilisés, il convient d'effectuer ses placements en actions par palier et en s'assurant des conseils d'un expert ».

settlement, business assets etc). Following this analysis we propose the best spread of investments, the most advantageous tax solutions, measures to take regarding inheritance, professionally included (passing a business onto heirs), financing investment operations (stone, paper etc) and the rest. The gamut of possibilities is infinite." And so are the skills required.

Multilingual business managers always available.

In the Nice branch a team of seven people work, led by director Yann Lahaye. So as to fulfil the specific needs and expectations of

different types of clients, the business managers are specialised: three for private clients, one for individual professionals and business leaders and the last for non-residents. They are backed up by a back-office employee. "These are extremely competent professionals who've already worked as business managers in our bank and have proven their worth," Anna Llinares continues. "We know from experience that our clients are demanding, which is perfectly natural given what is at stake. So to serve them efficiently they will be given the mobile phone number of their business manager; being available to answer a question or arrange an appointment for



within 48 hours maximum is essential. The financial markets and economic world move fast so we have to react quickly. This very high level of availability is of course an undeniable plus offered by the Caisse d'Épargne." Even more, to match the specific needs of our region's population, these employees speak several languages: English, Italian, Spanish and even Russian! "We can deal with everything our clients

might require of us," Anna Llinares sums up. "We can carry out every type of operation through to the most sophisticated, including internationally, as well as managing and advising on stock exchange portfolios, a service I definitely recommend to anyone wanting to invest on the stock exchange. Interesting opportunities do indeed present themselves but as the markets are still not sufficiently stabilised it's advisable to purchase shares in stages with the advice of an expert." Reassuringly for non-Niçois, this first dedicated branch will be followed by others in the very near future so as to offer the same services throughout the region covered by the Caisse d'Épargne Côte d'Azur.



AGENCE PATRIMONIALE
6, place Masséna 06000 NICE
Téléphone : 04 92 00 78 30
(entrée par le 2, rue de l'Opéra)



Alfa Romeo Spider Duetto.

RENT A CAR CLASSIC, ROULER VINTAGE

Rent a Car Classic for vintage motoring

Lotus Super Seven, Buggy, AC Cobra, Porsche Speedster, Citroën Méhari, Rolls Silver Shadow, vous rêviez de pouvoir les conduire un jour? Avec Rent a car classic, c'est enfin possible. Oui, cette jeune entreprise, créée par deux passionnés de voitures anciennes, Fabrice et Linda Le Roy, propose de vous louer ces belles mécaniques le temps d'une journée, d'un week-end voire pendant toutes vos vacances! L'offre a plusieurs avantages. Tout d'abord, le prix. Compter de 99 euros jour pour une Méhari, à 299 euros pour une Cobra ou une Rolls Silver Shadow, ce qui est 5 à 10 fois moins cher que les locations de "prestige" ou de "supercar". De plus, chaque modèle est loué sans chauffeur. Donc à vous les joies de la conduite vintage, d'autant plus que, quel que soit le modèle choisi, il est entièrement fiabilisé pour une utilisation sans soucis. Les voitures sont livrées et récupérées où vous le désirez entre Nice et Monaco, aéroport, domicile, hôtel... Une agence de location qui devrait ravir les amateurs d'art de vivre élégant et glamour.

-/ Lotus Super Seven, Buggy, AC Cobra, Porsche Speedster, Citroën Méhari, Rolls-Royce Silver Shadow... do you dream of one day driving them? Well Rent a Car Classic at last makes that possible! Yes, this young firm set up by two vintage car fanatics, Fabrice and Linda Le Roy, will hire you out these fabulous motors for a day, a weekend or even your entire holiday. Their service has several advantages, starting with the cost: from €99 a day for a Méhari to €299 for a Cobra or RR Silver Shadow, five to 10 times cheaper than prestige and supercar hire firms. What's more, all rentals are self-drive so you get to experience the full joys of vintage motoring secure in the knowledge that whatever model you're driving it's going to be totally reliable and give carefree enjoyment. The cars are delivered and collected from wherever you want between Nice and Monaco (airport, home, hotel etc).

www.rentacarclassic.com

Lotus Super Seven.



Le tout nouveau Italian Village Motor de Cannes.

ITALIAN MOTOR VILLAGE CANNES REMPLACE INTERMAP DE LA CLERGERIE

Italian Motor Village Cannes replaces Intermap de la Clergerie

Plus qu'un changement de nom, un nouveau concept. L'adresse consacrée aux marques italiennes a changé de main devenant une filiale à part entière de Fiat Auto France. A la direction Christian Loustaneau. « C'est un centre pilote pour la France qui inaugure une nouvelle manière de concevoir une concession. » A l'image de Mirafiori Village Motor, ouvert il y a trois ans, par Fiat en Italie, Italian Motor Village Cannes regroupera toutes les marques du groupe (Alfa Romeo, Lancia, Fiat) en un seul et même lieu tout en laissant à chacune le bénéfice de son propre corner exclusif. La volonté est aussi de dépasser le cadre strict d'un espace dédié uniquement à la vente automobile en offrant la possibilité à des partenaires de privatiser le lieu pour organiser des événements. Dernière info et pas des moindres, Italian Village Motor est depuis peu le distributeur exclusif, de Monaco à Saint-Tropez, d'Abarth, préparateur légendaire devenu, aujourd'hui, marque à part en-

tière.

-/ More than a rebranding, a whole new concept. The dealership devoted to Italian marques is now a fully fledged subsidiary of Fiat Auto France with Christian Loustaneau running it. "It's a pilot centre for France, inaugurating a totally new approach to dealerships." Like Mirafiori Motor Village that Fiat opened three years ago in Italy, Italian Motor Village Cannes will sell all the group's marques (Alfa Romeo, Lancia, Fiat) but give each one the benefit of its own special space. Plus it intends to develop into more than just a car sales showroom by offering its partners the opportunity of using the premises to host private functions. Stop press: Italian Motor Village has recently become the one and only dealership from Monaco to Saint-Tropez that distributes Abarth, the legendary customiser that's now a marque in its own right.

**Le Cannet, avenue du Campon
Bretelle descendante autoroute.**



Alfa Romeo Mito GTA.



Nissan GTR.



Nissan GTR.

NISSAN GTR, PREMIÈRES LIVRAISONS CHEZ EUROPE AUTO!

Nissan GTR, first deliveries at Europe Auto!

Elle est enfin arrivée chez Europe Auto! La Nissan GTR est donc désormais disponible pour les happy few amateurs d'exclusivité. Pour mémoire, cette voiture exceptionnelle a bouclé le tour de la fameuse Nordschleife du Nürburgring, la terrible Boucle Nord, en seulement 7 minutes et 38 secondes, l'un des temps les plus rapides jamais réalisés par une voiture de série. Philippe Jehlen, directeur de la concession étant homme à apprécier aussi bien le son affûté des belles mécaniques que toute sorte de musique, sachez qu'Europe Auto sera aussi partenaire des Plages Electroniques, qui transformera cet été encore, la plage du Palais des Festivals à Cannes en dance floor!

-/ At last it's arrived at Europe Auto! The Nissan GTR is now available for those happy few devotees of exclusiveness. A recap: this outstanding car zipped around the famous Nürburgring Nordschleife (the notorious Northern Loop) in just 7 minutes and 38 seconds, one of the fastest times ever achieved by a production-line model. And since dealership manager Philippe Jehlen appreciates not only the sweet sound of beautifully tuned engines but all types of music as well, Europe Auto is also partnering Plages Electroniques that again this summer turns the Palais des Festival beach in Cannes into a dance floor!

**Le Cannet, avenue du Campon, Bretelle de l'autoroute.
Tél. 04 93 46 86 46**



Volvo V50 DRIVE.

GAMME DRIVE CHEZ VOLVO CAVALLARI AUTOMOBILES

DRIVE range at Volvo Cavallari Automobiles

Lors du dernier salon de l'automobile de Genève, Volvo présentait sept modèles DRIVE, label décerné aux modèles qui enregistrent la meilleure performance environnementale dans leur catégorie. Cette gamme est désormais disponible chez Volvo Cavallari Automobiles. Les niveaux extrêmement bas atteints pour les C30, S40 et V50 ont pu l'être grâce à un système Start/Stop ultra-performant. D'où un bonus de 700 €! A noter aussi l'arrivée de XC60 DRIVE deux roues motrices équipé du moteur diesel 2.4D 175 ch. Ce véhicule affiche le plus bas niveau d'émissions de CO2 dans la catégorie des Crossover Premium, avec 159 g/km et bénéficie, donc, à ce titre d'une absence de malus.

-/ At the last Geneva motor show Volvo presented seven DRIVE models, the designation given to all cars offering the best environmental performance in their category. This range is now available from Volvo Cavallari Automobiles. The extremely low emissions of the C30, S40 and V50 models have been achieved through a high performance Start/Stop system and warrant a bonus of €700! Note too the arrival of the two-wheel-drive XC60 DRIVE driven by a 2.4D 175bhp diesel engine. This vehicle flaunts the lowest CO2 emissions in the entire Crossover Premium class – 159g/km –, meaning there are insurance advantages too.

**Mougins, 351 route du Cannet
Bretelle de l'autoroute. Tél. 04 92 18 60 6**

SELECT OR, UN ACCESSOIRE MALIN!

Select Or, a clever accessory!

Il fallait y penser! A quoi reconnaît-on un motard à part à sa coupe de cheveux « sortie de casque »? A sa chaussure gauche usée par le sélecteur de vitesse. Une situation qui pourrait bien changer grâce à Michaël Oyac et Mélanie Euverte qui viennent d'inventer un petit accessoire malin, le Select Or. Un embout en polymère imperméable et extensible qui se glisse sur ce fameux sélecteur afin de protéger votre soulier. Confortable, il n'altère en rien les sensations pendant la conduite et reste en permanence sur la moto. De plus, il est disponible en différentes couleurs, rouge, vert, jaune, café au lait, bleu, noir. Et existe en plusieurs tailles afin de pouvoir être installé sur tout type de marque, Agusta, Aprilia, Ducati, KTM, Malaguti, Peugeot, Suzuki, BMW... En vente notamment à La Clinique du Deux Roues (Nice) et BMW Cannes, Nice et Monaco.

Liste complète des points de vente sur www.le-selector.com
-/ What a bright idea! How do you recognise a biker except by their helmet hairstyle? By their worn left shoe from changing gear! But that's all set to change now thanks to Michaël Oyac and Mélanie Euverte, who have just invented a clever little accessory called Select Or, a waterproof elastic polymer cover that slips onto that darned shift to protect your shoe. It's comfortable, doesn't interfere in any way and stays on the bike permanently, plus it comes in various colours – red, green, yellow, milk coffee, blue, black – and several sizes so it can be fitted on all makes of bike.





Kitchen, Bathroom
and Emotion*

vocation d'intérieur

CÔTE D'AZUR



cuisines - salles de bains - dressing - accessoires d'intérieur

Showroom : Entrée Ferrari première allée à droite
Allée des Tourrades - Le Palace Center 2 - 06210 Mandelieu
Tél 04 93 480 480 - Fax 04 93 481 481 - Email : vocationdinterieur@wanadoo.fr

*Cuisine, salle de bain et émotion



Emir Kusturica & The No Smoking Orchestra, à ne pas manquer le 8 juillet.



Trust, le groupe de rock français créé en 1977 : un come-back attendu (le 10 juillet) !

Théâtre de Verdure, Promenade du Rock Théâtre de Verdure rocks on

Les tréteaux azuréens se préparent à affronter une nouvelle vague de chaleur et de décibels. N'en déplaisent aux cigales, début juillet, le Théâtre de Verdure monte le son. Rock à gogo, d'ici ou d'ailleurs, tous les goûts sont dans sa nature !

Depuis sa création en 1945, l'amphithéâtre avec vue mer en a vu défiler sur ses planches. Après un lifting en 2005, la vieille dame de la Prom' vit une seconde jeunesse. La preuve avec une belle salve live qui devrait fédérer de pères en fils sur la gamme Pantone du binaire Pop, Rock, Métal, Punk, World-Music.

The No Smoking Orchestra allumera la flamme estivale le 8 juillet. L'occasion pour ceux qui auraient zappé en 2005 leur prestation au Nice Jazz Festival de découvrir ce big band mené par un bassiste du nom d'Emir Kusturica. Le célèbre cinéaste (*Le Temps des Gitans*, *Arizona Dream*) est entré en 1986 dans la danse en rejoignant cette formation serbe rebelle très prisée de la censure yougoslave. Mais derrière son message libertaire le combo délivre avec une vitalité contagieuse toute la poésie d'un bal country rock musette aux accents tziganes. Une musique hybride, frénétique qui s'imposa sur la BO du film *Chat noir, chat blanc* et confirma avec le LP/DVD *Live is miracle in Buenos Aires*.

Pas de plage de repos, le lendemain s'ouvre l'acte 7 du festival Les Enfants du Rock. Ce tremplin pour les groupes locaux créé par Patrice Bouchon (Ivoire Music) a pris du galon en ralliant en 2007 le Théâtre de Verdure et en mêlant ses jeunes pousses à de vieux loups de la scène (Louis Bertignac, Axel Bauer, etc). Un concept intergénérationnel qui offre encore en 2009 une affiche reluisante : Trust pour son come-back attendu avec un 8^e album brûlot, les sémillants BB Brunes et Fiction Plane, un power trio britannique avec Sting Junior au chant ! Parmi les outsiders: The V-Cious, Maupity et Quadricolor, quatre jeunes Niçois dans le vent qui décoiffent le genre Pop Rock

Emir Kusturica & The No Smoking Orchestra le 8 juillet à 21 h. Tél. 08 92 70 74 07
Les Enfants du Rock du 9 au 11 juillet à 20 h : Made Again (Tribute to Marillion), Quadricolor, Fiction Plane le 9 ; The V-Cious, Shoot to Kill, Trust le 10 ; Maupity, Asyl, BB Brunes le 11. Tél. 04 97 25 81 36 / 04 92 09 80 85

The Riviera's stages are all set to unleash a new wave of soaring decibels and temperatures. In early July Nice's Théâtre de Verdure turns up the volume to drown out the cicadas with rock galore from here, there and everywhere, catering to every taste!

Since it opened in 1945, the sea-view auditorium has seen a lot of action on its stage and after a facelift in 2005 the Promenade institution is enjoying a second youth, proving it this summer with a fine volley of live music that should bond the generations over its rainbow gamut of pop, rock, heavy metal, punk and world music.

The No Smoking Orchestra lights the summer torch on 8 July, giving those that missed their gig at the 2005 Nice Jazz Festival another chance to discover this big band led by a bass player named... Emir Kusturica. The famous filmmaker (*Time of the Gypsies*, *Arizona Dream*) took to music in 1986 when he joined this rebel Serbian combo much favoured by Yugoslav censorship. But to get its libertarian message across, the band delivers all the poetry of gypsy-accented country/rock dance music with a contagious vitality. Their high-speed hybrid music burst onto the scene through the soundtrack for the film *Black Cat*, *White Cat* then established its reputation with the CD/DVD *Live is a Miracle in Buenos Aires*.

No time for a breather before the seventh Les Enfants du Rock opens the following night. This springboard festival for local bands, started by Patrice Bouchon of Ivoire Music, stepped up a notch in 2007 when it moved to Théâtre de Verdure and added a few hardened rockers (Louis Bertignac, Axel Bauer etc) to its line-up of young hopefuls. Its intergenerational concept has produced yet another enticing playlist for the 2009 edition: Trust's long-awaited comeback with an eighth hard-hitting album, the spirited BB Brunes plus British power trio Fiction Plane fronted by Sting Junior! The 'outsiders' are The V-Cious, Maupity and Quadricolor, four modern young Nice musicians who blow you away with their pop/rock sounds.



Les dessins de l'italien Galliani sont à découvrir à l'Angle Art Gallery.



Bill Jacklin peint "Grand Central", NY, 2009.



Anna Kasyan à la Villa Eilenroc pour "Musiques au cœur".



Ambiance champêtre pour le Festival du Livre de Nice...



Sculpture de Dominique de Seguin.



Levitas dans l'intimité des geishas.

Omar Galliani à Saint-Paul Omar Galliani in Saint-Paul

1 PLACE DE GAULLE, SAINT-PAUL. TÉL. 04 93 32 13 23 - www.angleartgallery.com

Il est depuis plus de vingt ans l'invité privilégié de Biennales d'art internationales (Venise, Paris, Sao Paolo) où il y représente l'Italie, son pays d'origine (né en 1954), et ses œuvres sont présentes dans les collections des plus grands musées d'art contemporain du monde. Quelques-uns des très beaux dessins d'Omar Galliani sont visibles jusqu'au 31 mai à l'Angle Art gallery, à Saint-Paul.

-/ For more than 20 years he's been the special guest of various international art biennials (Venice, Paris, Sao Paolo) where he represents Italy, where he was born in 1954, and his artworks can be found in the collections of the world's greatest contemporary art museums. A selection of Omar Galliani's very lovely drawings can be seen until 31 May at Angle Art gallery in Saint-Paul.

Bill Jacklin, un témoin subtil Bill Jacklin, subtle witness

4 QUAI ANTOINE 1^{er} À MONACO. TÉL. + 377 97 70 25 50

Le paysage comme source d'inspiration; la lumière, les variations climatiques, les atmosphères mélancoliques comme leitmotiv... Bill Jacklin est à l'honneur à la galerie Marlborough de Monaco, qui présente jusqu'au 19 juin une vingtaine de tableaux dont certains ont été spécialement réalisés dans le cadre de cette première exposition monographique. Le peintre figuratif d'origine britannique mais résident américain de longue date « demeure avant tout le témoin subtil de la fragilité humaine dans un univers incroyablement complexe... » (*Michael Peppiatt*). A voir sans faute.

-/ Landscape as source of inspiration; light, climatic variations and melancholic atmospheres as leitmotiv. Bill Jacklin is in the spotlight at the Marlborough gallery, Monaco, which until 19 June is showing a score of his paintings including some produced specially for this first solo exhibition. The British-born figurative painter who has long resided in the US "is still above all else the subtle witness of human fragility in an incredibly complex world" (*Michael Peppiatt*). To see without fail.

Musiques au cœur d'Antibes au féminin Music in the heart of Antibes, feminine version

DU 2 AU 10 JUILLET. TÉL. 04 97 23 11 11 - www.antibesjuanlespins.com

Le Festival d'Art Lyrique *Musiques au cœur* d'Antibes a vraiment tout gagné lorsque le Chantier Naval qui l'accueillait jusqu'alors a dû fermer ses portes pour d'importants travaux. C'est désormais le site exceptionnel de la Villa Eilenroc, situé dans l'un des plus beaux caps du monde, qui sert de cadre à la manifestation orchestrée depuis ses origines par Eve Ruggieri. Nathalie Manfrino qu'on verra bientôt en *Gilda* à l'Opéra de Monte-Carlo sera l'une des prestigieuses invitées de cette nouvelle édition. La soprano française a choisi de mettre à l'honneur quelques *Héroïnes de l'Opéra* chères à son cœur au programme de son récital. Dans *Così Fan Tutte* de Mozart – en représentation les 4 et 6 juillet –, les deux voix principales féminines se nomment Fioriligi et Dorabella... Elles seront interprétées respectivement par Diana Higbee et Karine Deshayes... D'autres divas, en devenir ou déjà stars internationales, sont attendues comme Cécile Perrin, Sylvie Brunet ou la jeune soprano géorgienne Anna Kasyan qui a fait des débuts remarquables il y a deux ans dans le rôle de Zerlina (*Don Juan*) à Montpellier.

-/ Nathalie Manfrino, whom we can soon hear in *Gilda* at the Opéra de Monte-Carlo, is one of the prestigious guests of the 2009 Musiques au Cœur d'Antibes opera festival for which the French soprano has chosen to spotlight some *Heroines of Opera* she's especially fond of for her recital. In Mozart's *Così Fan Tutte* the two leading female roles of Fioriligi and Dorabella are being sung by Diana Higbee and Karine Deshayes respectively, plus further divas, up-and-coming or already international stars, are performing at the festival, including Cécile Perrin, Sylvie Brunet and the young Georgian soprano Anna Kasyan.

Des geishas au Byblos Geishas at Byblos

AVENUE PAUL SIGNAC, À SAINT-TROPEZ.

TÉL. 04 94 56 68 00 - www.byblos.com

Cinq ans de sa vie, Ethan Levitas les a passés à arpenter le métro aérien de New York, les lignes du Queens et de Brooklyn plus particulièrement, à la recherche de l'indescriptible... du quotidien. Né en 1971 et diplômé de l'université de Cornell, le photographe s'empare de ses sujets de manière quasi obsessionnelle. Idem au Japon où il décide d'apprendre la langue, les us et les coutumes pour mieux s'approcher des geishas, sujet hautement tabou, dont il livre des portraits particulièrement touchants... Quelques clichés de ces deux séries sont visibles jusqu'au 25 octobre dans le très chic Hôtel Byblos de Saint-Tropez.

-/ Ethan Levitas spent five years of his life exploring New York's raised subway looking for the indescribable in everyday life. This photographer born in 1971 seizes his subjects in an almost obsessive way and took the same approach in Japan, where he decided to learn the language, ways and customs so as to be able to approach the geishas (a strictly taboo subject) and shoot his particularly touching portraits of them. Some prints in these two series are on show until 25 October in the very chic Hôtel Byblos in Saint-Tropez.

La Fête des Livres à Nice Nice Book Fair

JARDINS ALBERT 1^{er}, DE 10 H À 19 H.

www.nice-livre.com

C'est Franz-Olivier Giesbert (FOG) qui a été chargé de la direction artistique de l'édition 2009 du Festival du Livre de Nice. L'auteur et directeur du *Point* a choisi de mettre le Maroc à l'honneur et de consacrer la Mer comme thématique principale du rendez-vous littéraire. Pléthore d'auteurs développant des rapports étroits avec l'un ou l'autre des thèmes ont ainsi accepté de venir à la rencontre des lecteurs niçois les 12, 13 et 14 juin prochains, dans le cadre bucolique des Jardins Albert 1^{er}. Quelques écrivains adeptes du Policier rejoindront également les invités, dans le cadre d'un Focus qui leur est

EN BREF

> Art Protégée sa 2^e édition au Parc Phoenix niçois qui accueille pour l'occasion les sculptures de Dominique de Seguin, jusqu'au 14 juin (photo).

Art Protect celebrates its second edition in Nice's Parc Phoenix, which for the occasion is displaying Dominique de Seguin's sculptures.

> Philippe Pastor été choisi pour représenter la Principauté de Monaco, invitée pour la première fois de la 53^e Biennale de Venise (7 juin-22 novembre 2009). Philippe Pastor has been selected to represent the Principality of Monaco for the first time it's invited to the Venice Biennial, the 53rd.

> Noir & blanc l'honneur à la Galerie Chave, à Vence, jusqu'à la fin du mois avec des œuvres de Kim en Joong et Henri Michaux.

Black & white in the spotlight at Galerie Chave in Vence until the end of the month, with artworks by Kim en Joong and Henri Michaux. Tél. 04 93 58 03 45

consacré. Au programme, notamment, Olivier de Kersauson, président d'honneur du Festival, en grande conversation le 12 juin à 19 h avec FOG; une programmation spéciale préparée par la Cinémathèque (film noir, aventures maritimes); une Grande Nocturne le 13 juin, spéciale Maroc; des débats, des dédicaces, des animations pour enfants, etc. Entrée libre.

-/ Nice's Festival du Livre has chosen to spotlight Morocco and take the sea as the main theme of this literary event. A host of authors with strong links to one or other of these topics are coming to meet Nice readers on 12, 13 and 14 June in Jardins Albert 1^{er}. Some writers into crime novels are also joining the guests to take part in a Focus devoted to them. The fair's programme also includes a special Cinémathèque programme of films noirs and sea adventures, a Morocco night on 13 June, debates, dedications, children's entertainments and more. Free entry.

Grandes stars du petit écran à Monaco

Boscolo Hôtels Nice

Le Groupe Boscolo vous proposent Trois Hôtels **** d'exception, idéalement situés au Cœur de Nice. Quel que soit le motif de votre séjour (séminaires, réunions, Galas...) chacun de ces établissements vous proposent un ensemble de prestations Haut de Gamme et une qualité de service à l'image de ses étoiles.

Boscolo Exedra Nice

12, boulevard Victor Hugo, 04 97 03 89 89

Ce somptueux Hôtel à l'architecture "Belle Epoque" et situé en plein Centre Ville possède 113 Chambres au Style Contemporain, Restaurant "La Pescheria", "Le Genesis" Bar ainsi qu'un Spa Algoterm de 550 m².

Boscolo Hôtel Plaza

12 Avenue de Verdun, 04 93 16 75 75

Cet Hôtel **** trône sur la plus Chic des Avenues, face à la "Baie des Anges" et aux Jardins Albert 1^{er}, il possède une Terrasse panoramique de 400 m².

Boscolo Park Hôtel

6, Avenue de Suède, 04 97 03 19 00

Installé au cœur des Boutiques de Luxe et à quelques pas de la Promenade des Anglais, cet Hôtel vous séduira avec son patio romain et sa tranquillité.

www.boscolohotels.com

AGENCEMENT VOILES LYCRA

L.E.O

CONCEPTION, REGIE, INSTALLATEUR D'EFFETS ET DE DECORS SPECIAUX
TEL: 04 91 47 11 54 553 RUE ST PIERRE 13012 MARSEILLE FAX: 04 91 47 15 56
leocontact@wanadoo.fr www.leseffetsoriginaux.fr



Poppy Montgomery de "FBI Portés Disparus" attendue au Festival de TV de Monte-Carlo.



Le nouveau show de Florence Foresti en exclusivité à Cannes !



John Butler et Calvin Russel, invités des Nuits Guitares de Beaulieu.



Charlie Winston en live à Monaco !



Manau fête la musique à Cannes le 21 juin !



Big stars of the small screen in Monaco

RENSEIGNEMENTS AU + 377 93 10 40 60 - www.tvfestival.com

Avant de fêter en grandes pompes son cinquantième anniversaire l'année prochaine, le Festival de Télévision de Monte-Carlo n'a pas lésiné sur sa 49^e édition qui, rappelons-le, ne s'adresse pas seulement aux professionnels de la profession (pas moins de 300 journalistes invités !) mais aussi au grand public... Qui peuvent, en plus de rencontrer leurs stars préférées, assister à des avant-premières françaises et internationales. Les projections publiques se déroulent dans la grande salle du Grimaldi Forum, suivies de près par des séances de dédicace très bon enfant... Au programme : direct from Marseille, des épisodes et les acteurs de *Plus belle la vie* et *Enquêtes réservées*, le 7 juin à 13h30, et le 8 juin à 18h30, *Vous les femmes* et *Hero Corp*, précédant une rencontre avec les protagonistes de *Caméra Café* et *Kaamelott*. Les 9 et 10 juin, la projection en soirée de deux séries américaines dont on parle beaucoup : *Saving Grace* (avec l'excellente Holly Hunter) et *True Blood*, une histoire de vampires, forcément... D'autres stars sont attendues comme Matthew Fox, Kyle McLachlan, Eva Longoria, Joe Mantegna, Jennifer Love Hewitt, David McCallum, Sam Waterston, etc.

-/ In the run-up to its 50th anniversary celebrations next year, the Monte-Carlo Television Festival hasn't gone to sleep over its 49th edition either. The festival isn't just a corporate affair, it's also open to the public, who can not only meet their favourite TV stars but as well attend French and international preview screenings, held in the Grimaldi Forum's main auditorium and followed by good-natured autograph sessions. Note that on 9 and 10 June the evening screenings are of two American series that everyone's talking about: *Saving Grace* with the excellent Holly Hunter and *True Blood* all about... vampires – hardly surprising! Among the stars expected are Matthew Fox, Kyle McLachlan, Joe Mantegna, Jennifer Love Hewitt, David McCallum and Sam Waterston.

Bon anniversaire aux Perfos !
Happy Birthday, Perfos!

CANNES. RENSEIGNEMENTS AU 04 92 98 62 77 - www.performanceacteur.com

Dans le cadre de son 30^e anniversaire, le Festival des Performances d'Acteurs a concocté une affiche magistrale, réunissant vingt-trois spectacles et plus d'une cinquantaine de comédiens chargés de dérider nos zygomatics, du 9 au 12 juin prochain. Au programme, notamment, Stéphane Guillon, Fabrice Eboué, Michel Boujenah, Anne Roumanoff, Marianne Sergent, Gustave Parking, une Nuit de la provocation avec Christophe Alévêque, Didier Porte et Laurent Violet, etc. La clôture est assurée par l'impressionnante Florence Foresti qui propose un spectacle inédit pour l'occasion et plein de promesses intitulé... *Motherfucker*. Les spectacles de 18h30 au tarif unique de 10 € présentent les talents de demain.

-/ To mark its 30th anniversary, the Festival des Performances d'Acteurs has concocted a stunning programme of 23 shows and more than 50 actors, all out to make us laugh from 9 to 12 June. Top names taking part include Stéphane Guillon, Michel Boujenah

and Anne Roumanoff while Florence Foresti closes the festival with a brand new show promisingly entitled... *Motherfucker!* The 6.30pm shows at €10 a seat introduce the talents of tomorrow.

2 500 enfants pour Kirina -/ 2500 children for Kirina

RÉSERVATIONS AU 04 93 72 47 60. www.adem06.com

ORFEO, c'est le mariage réussi entre le monde de l'Education et celui des Arts Vivants, orchestré par la Délégation Départementale à la Musique et à la Danse des Alpes-Maritimes depuis 2001. Leur but ? Permettre à 2 500 écoliers de participer à la création d'un véritable spectacle sur une période de six mois... Pour cette nouvelle édition, des élèves (de 8 à 10 ans) venus d'Aubervilliers (Seine Saint-Denis) ont également pris part au projet qui, en plus de se produire à Nice et Cannes, se déplacera à Paris courant 2010. Parce que *Kirina* est un opéra mandingue créé par le célèbre musicien malien Habib Koité, ORFEO a décidé de se projeter cette année au-delà des frontières, invitant également des enfants scolarisés de Bamako à rejoindre l'aventure.

-/ ORFEO is a successful partnership between the worlds of education and the living arts, its aim being to enable 2500 schoolchildren to take part in creating a full-blown show. This year pupils from the Paris region have also taken part in the project, so after being performed in Nice and Cannes the show will be taken to Paris in 2010. And because *Kirina* is a Mandingo opera written by famous musician Habib Koité, ORFEO decided to invite children from Bamako to join in the fun too.

26 et 27 juin à l'Acropolis de Nice et 1^{er} et 2 juillet au Palais des Festivals de Cannes

Deux phénomènes pour Monaco Live !
Two phenomenal musicians for Monaco Live!

SPORTING D'ÉTÉ À MONACO. LOCATIONS HABITUELLES OU WWW.FNAC.COM

Le Prince Albert II en a voulu ainsi, un festival pop rock se tiendra désormais tous les étés dans la Principauté monégasque. Après une première édition sur le Port Hercule l'an passé, *Monaco Live!* nous donne rendez-vous le 8 juillet au très chic Sporting d'Été – deux jours avant le début de son légendaire Monte-Carlo Sporting Summer Festival. Au programme ? Les deux phénomènes du moment : Jason Mraz et Charlie Winston. Auteur compositeur interprète, le premier est né en Virginie en 1977 et se bat dans la catégorie « néo-crooner ». Le deuxième, baroudeur d'origine britannique installé depuis peu à Paris, a su séduire dès son premier album (*Hobo*) grâce à des compositions folk, soul et jazzy irréprochables. À vérifier sur place. Tarif unique : 33 €

-/ The programme for the second *Monaco Live* festival on 8 July? The latest two phenomena to hit the music scene: Jason Mraz and Charlie Winston. The first, a singer songwriter born in Virginia in 1977, is classed as a neo-crooner while the second, a British-born wanderer who recently settled in Paris, has seduced audiences since his very first album, *Hobo*, with his blameless folk, soul and jazzy compositions.

Des Guitares éclectiques à Beaulieu...

Eclectic guitars in Beaulieu

OT DE BEAULIEU AU 04 93 01 02 21 http://otbeaulieu.free.fr

Calvin Russell et Patrick Bruel... On peut dire que l'affiche de l'édition 2009 des Nuits Guitares de Beaulieu prône l'éclectisme des genres... Il n'en demeure pas moins que les amoureux de la « gratte », quelque elle soit, seront gâtés cet été dans le cadre du très agréable jardin de l'Olive pour venir écouter au choix, les mélodies bluesy de ce vieux loup texan de Calvin Russell (9 juillet), Matrach le lendemain, ce jeune prodige de 17 ans découvert sur le web ou le son très groovy de John Butler, le 11 juillet... Pour finir, le 16 juillet, Patrick Bruel, en version acoustique, fera découvrir à son public les chansons de son prochain album.

-/ With Calvin Russell and Patrick Bruel playing we can only say that Beaulieu's 2009 Nuits Guitares festival is all for eclecticism. Which simply confirms that guitar fans are going to be spoilt this summer in the Olive gardens because they can choose between Calvin Russell's bluesy melodies on 9 July, 17-year-old prodigy Matrach the following night, the immensely groovy John Butler on 11 July and to finish off, Patrick Bruel playing acoustic guitar on 16 July.

Nomination au NMNM
Appointment

En avril dernier, Marie-Claude Beaud a succédé à Jean-Michel Bouhours au poste de directeur du Nouveau Musée National de Monaco (NMNM). Directrice générale du Musée d'Art Moderne Grand-Duc Jean au Luxembourg de 2000 à 2008, dont elle a assuré la mise en place, Madame Beaud a précédemment occupé des fonctions dirigeantes dans des institutions de renom comme la Fondation Cartier, les Musées de Toulon ou de Grenoble. Elle est également vice-présidente du Conseil Artistique du Prix International d'Art Contemporain de la Fondation Prince Pierre de Monaco.

-/ Marie-Claude Beaud has taken over from Jean-Michel Bouhours as director of the Nouveau Musée National de Monaco.

SHOWS

> Battle of Break Dance, le 7 juin, MJC Picard de Cannes.

> Sinsemilla concert gratuit, le 21 juin, Port Hercule à Monaco

> Badou et Manau en concert gratuit, le 21 juin, à Cannes.

> Pagnolade Le 25 juin, le Théâtre du Verseau de Cannes présente "De Marius à César", d'après l'œuvre de Pagnol, le 25 juin, place de la Libération, Beaulieu.

> 3^e Nuits Carrées au Fort Carré d'Antibes, les 26 et 27 juin.

Tél. 04 97 23 11 11
> Celtic Legends 5 juillet au Jardin Suau de Brignolles. Tél. 04 94 72 04 21.

> Justin Nozueh invité, le 7 juillet au Théâtre de Verdure à Nice.

> Emir Kusturica & The No Smoking Orchestra 8 juillet au Théâtre de Verdure à Nice.

54, BD JEAN JAURÈS face Jardins Masséna - NICE
Tél. 04 93 62 32 22 - www.christian-plumail.com - plumailunivers@aol.com



Chaise longue en forme de pirogue, en bois laqué et arraché, réalisée entre 1920 et 1922 par l'artiste Eileen Gray (portrait ci-dessus).



"Sans titre" (Descendu des hauteurs où règne la lumière) 2008. Matériaux divers, dont bois, polystyrène, résine, sacs plastiques.

Eileen Gray, une figure de la modernité

Eileen Gray, spearhead of modernity

JUSQU'AU 28 JUIN 2009, HÔTEL D'ADHÉMAR DE LANTAGNAC, 24 RUE SAINT-MICHEL, MENTON

Cette jeune Irlandaise de bonne famille, née en 1878, va devenir et reste aujourd'hui un emblème incontesté du design du XX^e siècle dans tous les domaines, architecture, décoration, mobilier... Une évidence que le service du Patrimoine de la Ville de Menton s'est attaché à démontrer par une exposition discursive sur la vie et l'œuvre d'Eileen Gray, présentées par panneaux qui relatent principalement ses réalisations architecturales dans le Mentonnais. Fille de peintre, elle fréquente les écoles d'art, mais leur préfère les musées, notamment le Victoria and Albert Museum qui lui fait découvrir la beauté de la laque. Elle rencontre Sougarawa, qui l'initie à cet art où elle va exceller. En 1913, elle expose au Salon des artistes décorateurs et rencontre Jacques Doucet, le célèbre couturier, qui lui achète ses plus belles pièces : le paravent Destin, la table Lotus, etc. En 1919, elle se lance dans la décoration d'appartements ; ouvre la galerie Jean Désert, participe à des expositions, mais, bientôt, sa décision d'aborder l'architecture modifie sa conception du mobilier. Elle rencontre Jean Badovici, de Le Corbusier, d'Ozenfant, de Fernand Léger et rédacteur en chef de la revue *L'Architecture vivante*, avec lequel elle va vivre. Ils choisissent de venir dans le Midi où elle achète un terrain à Roquebrune. Elle réalise ce qui sera sa fameuse maison E 1027 (un jeu sur leurs deux noms). Eileen acquiert en 1926 une autre terre, route de Castellar, où elle construira Tempe à païa, une maison à niveau unique où le mobilier est entièrement intégré à l'architecture.

Il manque à cette exposition des objets, des meubles de cette grande artiste, mais lorsqu'on sait que son Fauteuil aux dragons a été adjugé 22 M€ lors de la vente de la Collection Yves Saint Laurent/Pierre Bergé, on comprend leur absence !

-/ This Irishwoman born into a good family in 1878 was to become, and remain today, an undisputed icon in many fields of 20th-century design: architecture, interior decoration, furnishings and the like. This status is what Menton's heritage department has set out to demonstrate in a discursive exhibition on Eileen Gray's life and work, taking the form of panels chronicling mainly her architectural achievements in and around Menton. A painter's daughter, Eileen Gray attended art schools but preferred museums, especially London's Victoria and Albert Museum where she discovered the beauty of lacquer. She made the acquaintance of Sougarawa, who initiated her into this art in which she would excel. In 1913 she exhibited at the artistic decorators' salon and met famous couturier Jacques Doucet who bought her loveliest pieces including the Destiny screen and Lotus table. In 1919 she began decorating apartments then opened the Jean Désert gallery and participated in exhibitions but soon decided to tackle architecture, which changed her conception of furnishings. She met Jean Badovici, editor of *L'Architecture vivante* magazine and a friend of Le Corbusier, Ozenfant and Fernand Léger, who became her life partner. They chose to live here in the south where she bought a plot of land in Roquebrune and designed and built her E 1027 house that became famous. In 1926 she built Tempe à Païa, a one-storey house in which the furnishings were totally integrated into the architecture.

Unfortunately this exhibition lacks any objects and furniture by the great artist, which is understandable when one learns that her Dragon armchair sold for €22 million at the auction of the Yves Saint Laurent/Pierre Bergé collection!

Le Nevi del Kilimandjaro, Karim Ghelloussi

Le Nevi del Kilimandjaro, Karim Ghelloussi

DU 20 JUIN AU 1^{ER} AOÛT 2009, GALERIE CATHERINE ISSERT, 2 ROUTE DES SERRES, SAINT-PAUL-DE-VENCE - TÉL. 04 93 32 96 92

Karim Ghelloussi entretient un lien constant avec la littérature. En témoigne aujourd'hui le titre de son exposition, qui fait référence à Ernest Hemingway et à la nouvelle *Les Neiges du Kilimandjaro*, mais ce n'est pas tout. Il y a chez Karim le goût du verbe, qu'il parle de son œuvre ou qu'il écrive sur ses amis artistes, de la poésie des mots, sans pourtant qu'ils se substituent ou estampillent trop ouvertement le rendu de son geste. En réalité, cette poésie qui se dégage de l'œuvre tient au côté hasardeux des rencontres que Ghelloussi provoque entre les concepts comme entre les matériaux qui composent ses pièces, mais aussi à un autre facteur qui est de l'ordre, à mon avis, d'une certaine maladresse du rendu, donnant à ses sculptures cet inattendu, ce difficilement reconnaissable, ce décalé qui s'apparente au rêve plus qu'à une réalité familière au regardeur.

L'exposition, qui est sa deuxième personnelle à la galerie Catherine Issert, met en premier lieu en correspondance deux sculptures, l'une figurant un cygne juché sur un tas de sacs poubelles et l'autre évoquant une architecture orientaliste. Bien que de construction et de matériaux différents, elles nous livrent une image poétique qui est de l'ordre de la nature, du paysage, où l'exotisme se mélange à la banalité la plus triviale. Ces pièces s'articulent à une vidéo et à une série de dessins à l'encre, sur des lithographies anciennes représentant des oiseaux, qui déclinent un même motif, mais avec chaque fois un jeu de variantes formelles...

-/ Karim Ghelloussi maintains an ongoing relationship with literature, as demonstrated by the title of his present exhibition, which makes reference to Ernest Hemingway's short story *The Snows of Kilimanjaro*. But that's not all, for whether Ghelloussi is talking about his work or writing about his artist friends, his taste for words and their poetry is evident, although these do not substitute for or too openly influence the end results of his creative process. In fact the poetry emanating from Ghelloussi's work has a lot to do with the chance aspect of encounters he provokes between concepts and between the materials he uses in his pieces, but also with another factor that in my opinion is a kind of awkwardness of depiction giving his sculptures an unexpected, difficult to recognise, offbeat aspect closer to dream worlds than to any reality familiar to the onlooker. This exhibition essentially creates a dialogue between two sculptures, one depicting a swan perched on a heap of rubbish bags, the other evoking orientalist architecture. Although of different materials and constructions, they create a poetic image having to do with nature and landscape, in which exoticism mixes with the most trivial banality. These pieces are accompanied by a video and a series of drawings in ink on old prints of birds, all depicting the same subject but each time with formal variations.

Pendant le Grand Prix... La GASTRONOMIE est en POLE POSITION !

HOTEL DE PARIS

vue sur le circuit

SALLE EMPIRE

Jeudi 21 mai

Déjeuner-buffet : 140 €*
Samedi 23 mai

Déjeuner menu : 415 €*
Dîner menu : 315 €*
Dimanche 24 mai

Déjeuner

Menu à l'intérieur : 630 €*
Menu en terrasse : 1350 €*
LE LOUIS XV -

ALAIN DUCASSE

Samedi 23 mai

Déjeuner menu : 420 €*
Dîner menu : 360 €**
Dimanche 24 mai

Déjeuner menu : 1030 €*
LE GRILL

Jeudi 21 mai

Dîner carte "Grand Prix"
Vendredi 22 mai

Dîner carte "Grand Prix"
Samedi 23 mai

Déjeuner menu : 415 €*
Dîner carte "Grand Prix"
Dimanche 24 mai

Déjeuner menu : 1050 €*
Dîner carte "Grand Prix"

COTE JARDIN

Vendredi 22 mai

Buffet : 60 €**
Samedi 23 mai

Déjeuner menu : 315 €*
Dimanche 24 mai

Déjeuner menu : 750 €*
HOTEL HERMITAGE

vue sur le circuit

SALLE BELLE EPOQUE

Samedi 23 mai

Déjeuner menu : 240 €*
Dîner menu : 220 €*
Dimanche 24 mai

Déjeuner menu : 700 €*
Dîner menu : 220 €**
VISTAMAR

Jeudi 21 et vendredi 22 mai

Carte spéciale Grand Prix
LE SPORTING

MONTE-CARLO

Vendredi 22 et samedi 23 mai

Dîner menu "Grand Prix" :
350 €**
BAR BOEUF & CO

Vendredi 22 et samedi 23 mai

Dîner menu "Grand Prix" :
350 €**
MONTE CARLO BAY

HOTEL & RESORT

Jeudi 21 mai

Déjeuner-buffet : 120 €*
Samedi 23 mai

Déjeuner-buffet : 390 €*
BLUE BAY

Vendredi 22 et samedi 23 mai

Dîner menu "Grand Prix" :
185 €**
* boissons comprises
** hors boissons

CAFE DE PARIS

vue sur le circuit

BRASSERIE/TERRASSE

Jeudi 21 mai

Déjeuner-buffet : 95 €*
Samedi 23 mai

Déjeuner-buffet : 130 €*
Dimanche 24 mai

Menu : 270 €*
SALON BELLEVUE

ET SES TERRASSES

Jeudi 21 mai

Déjeuner-buffet : 120 €*
Samedi 23 mai

Déjeuner-buffet : 390 €*
MONTE CARLO BAY

HOTEL & RESORT

Jeudi 21 mai

Déjeuner-buffet : 120 €*
Samedi 23 mai

Déjeuner-buffet : 390 €*
BLUE BAY

Vendredi 22 et samedi 23 mai

Dîner menu "Grand Prix" :
185 €**
* boissons comprises
** hors boissons

RESERVATION : (377) 98 06 36 36
montecarloresort.com

MONTE-CARLO
S·B·M
HOTELS · CASINOS



Buccellati : la montre Cuff.



Les sacs Delvaux à Cannes.



A gauche, une montre Swatch signée Manish Arora. Ci-dessus l'affiche du Jumping de Cannes.



Les bijoux Akillis arrivent chez Julian & Fils à Saint-Tropez.



Yves Saint Laurent Edition 24.



Les Geckos de Pomellato.

Buccellati Watches fête ses 10 ans Buccellati Watches is 10 years old

Le grand joaillier et orfèvre italien, Gianmaria Buccellati crée des montres depuis 10 ans. Pour célébrer cet anniversaire, il édite une montre d'exception, résumant tout son art qui puise dans l'histoire pour magnifier la féminité. Inspiré par une tradition antique, revue et corrigée par l'Art Nouveau et l'Art Déco, le bracelet Cuff symbolise l'amour entre l'homme et la femme. La montre bijou Cuff prolonge cette histoire, en rendant hommage à Sandro Botticelli, peintre de la Renaissance, une période chère à Gianmaria Buccellati. Le grand artiste a inspiré le motif floral dans lequel s'inscrit la montre. Celui-ci est décliné en quatre versions, toutes pavées de diamants. La montre Cuff bat au rythme d'un mouvement Eta Quartz suisse, commandé par un bouton-poussoir, qui remplace la classique couronne.

-/ The great Italian jeweller and goldsmith Gianmaria Buccellati has been creating watches for 10 years now, so to celebrate this anniversary he's produced an exceptional timepiece that sums up all his art of drawing on history so as to enhance femininity. His Cuff bracelet, inspired by an age-old tradition adopted and revisited by the Art Nouveau and Art Deco movements, symbolises love between man and woman. Now the Cuff jewellery watch takes this idea further and pays homage to Renaissance painter Sandro Botticelli. That great painter inspired the floral motif encompassing the watch that comes in four versions, all pavé-set with diamonds. The Cuff watch's heart beat is a Swiss Eta quartz movement with a pushpiece button instead of the usual crown.

Chez Ciaudano à Monaco, 18 boulevard des Moulins - Tél. + 377 93 50 52 00

Delvaux et Caran d'Ache à Cannes Delvaux and Caran d'Ache in Cannes

Cannes accueille deux enseignes de luxe de grande tradition : le Suisse Caran d'Ache, réputé pour ses instruments d'écriture, et le Belge Delvaux, maroquinier depuis 1829, fournisseur breveté de la Cour de Belgique. Les deux enseignes proposent des produits d'exception ainsi que des éditions limitées et séries spéciales de très haut standing. Toutes deux font référence à des valeurs traditionnelles héritées de l'artisanat de luxe. Leur boutique cannoise est située face au 52 Croisette, au cœur du cercle d'or du shopping cannois. Elle s'adresse à l'homme et à la femme, qui sont accueillis dans un agréable décor réalisé dans des matériaux nobles. Un private room baptisé le Saint des Saints permet de recevoir la clientèle en toute confidentialité pour découvrir les plus belles créations, telles des œuvres de joaillerie.

-/ Cannes welcomes two luxury names in the best tradition: the Swiss Caran d'Ache reputed for its writing instruments and the Belgian Delvaux, leather goods manufacturer since 1829 and appointed supplier to the Belgian court. Both companies offer outstanding products plus limited editions and special series, all of the highest calibre, and both base their manufacturing on traditional values inherited from luxury craftsmanship. Their shop opposite 52 La Croisette is aimed at men and women, receiving them in a most pleasant decor. A private room named the Saint des Saints (holy of holies) means their clientele can enjoy total privacy while discovering superb creations as lovely as any jewellery.

Cannes, 1 rue Henri Ruhl - Tél. 04 93 99 43 31

EN BREF

> Swatch diffuse depuis le 1^{er} mai, une collection de montres dessinées par le styliste indien, Manish Arora, qui excelle à combiner des couleurs très contrastées et des formes étranges, avec le scintillement de Bollywood (le Hollywood indien), la culture pop, l'humour et la joie de vivre.

On 1 May Swatch brought out a collection of watches designed by Indian stylist Manish Arora, who excels at combining highly contrasted colours with unusual shapes and incorporating Bollywood glitz, pop culture, humour and joie de vivre.

> Porsche Design lance deux bracelets pour hommes en cuir ou en acier tressé issu de la technologie de pointe TecFlex, utilisée sur les durites des bolides Porsche.

Porsche Design launches two men's bracelets in leather or woven steel, the latter manufactured using the state-of-the-art Tec-Flex technology employed for Porsche supercars' radiator hoses.



Le Jumping de Cannes avec Rolex Cannes showjumping with Rolex

C'est l'un des événements les plus attendus du circuit hippique international. Prévu du 11 au 13 juin 2009, le Jumping de Cannes est l'étape française du prestigieux Global Champions Tour, présenté par CN et l'horloger Rolex, qui comprend nombre d'épreuves internationales dotées chacune de 285 000 € et attribuant des points qualifiant pour une finale qui se déroulera cette année à Doha, au Qatar. Seuls les trente meilleurs cavaliers mondiaux peuvent prétendre y participer, dont quatre Français. On retrouvera tous ces champions à Cannes. Le tournoi comporte aussi une épreuve de dressage : le World Dressage Masters. Le tout dans le décor unique du stade des Hespérides, à 200 mètres de la mer et de la Croisette. En vedette, le meilleur cheval, vainqueur à Cannes en 2008 : Shutterfly, qui a fini l'année 2008 comme « meilleur cheval du monde » avec plus de 660 000 € de gains. Il est monté par le phénomène actuel de l'équitation : l'Allemande Meredith Michaels-Beerbaum, qui, comme en 2008, devrait arriver à Cannes auréolée du titre de n°1 mondiale.

-/ One of the events the international equestrian world most looks forward to is the Jumping de Cannes, taking place this year from 11 to 13 June, which is the French stage in the prestigious Global Champions Tour presented by CN and watchmaker Rolex. The Tour comprises a number of international competitions, each offering €285,000 of prize monies and attributing qualifying points for a final being held this year in Doha, Qatar. Only the world's 30 best riders are eligible to compete, four of them French; these champions will be riding at the Cannes showjumping, which also includes the World Dressage Masters. All this takes place in the unique setting of the Hespérides stadium, 200m from the sea and the Croisette. The star horse competing is Shutterfly, which won at Cannes in 2008 and finished last year as "the world's best horse" with total wins of over €660,000. He's ridden by the latest equestrian phenomenon, German rider Meredith Michaels-Beerbaum who, like last year, should arrive in Cannes brandishing the title of world No. 1 showjumper.

www.jumpingcannes.com

Adorables Geckos chez Pomellato Adorable Geckos from Pomellato

Les femmes ont adopté les Dodos, ces ravissantes figurines créées par Pomellato. Le Gecko, un minuscule lézard, est l'une des vedettes de la collection. Il nous revient dans des versions serties qui trouveront tout leur relief sur un bronzage estival. Cette édition « brillante » est disponible en diamants blancs (Gecko D) ou en tsavorites vert brillant (Gecko Rainbow). Le petit animal est aussi disponible en or jaune.

-/ Women have gone all out for Dodos, those delightful little figures created by Pomellato, with the Gecko, a minuscule lizard, one of the collection's star turns. This year he's back in gemset versions that will look absolutely stunning against a summer tan. This brilliant edition (in several senses) comes in white diamonds (Gecko D) or shiny green tsavorites (Gecko Rainbow). The little animal is also available in yellow gold.

Monaco, CC Le Métropole, 17 avenue des Spélugues

Tél. +377 93 50 54 08

Yves Saint Laurent lance Edition 24 Yves Saint Laurent's Edition 24

Chaque année depuis trois ans, Yves Saint Laurent propose Édition 24, une collection de prêt-à-porter à des prix plus accessibles, autour du thème du voyage. Pour la troisième édition, Stefano Pilati, le directeur artistique de la griffe, a choisi d'associer des « matières fonctionnelles » et des « volumes ludiques ». Il s'est inspiré de l'Uniforme, à travers « des couleurs et des détails » spécifiques, mais aussi de la rencontre entre Paris et New York, à travers des silhouettes, des matières et des imprimés. La collection sera disponible à partir du mois de juin, dans les boutiques Yves Saint Laurent.

-/ Every year for the last three years, Yves Saint Laurent has brought out a travel-themed Edition 24 ready-to-wear collection at very affordable prices. For this third edition the label's artistic director Stefano Pilati chose to combine "functional materials and fun proportions", taking his inspiration from uniforms for specific colours and detailing but also from Paris-meets-New York as regards silhouettes, materials and prints. The collection will be on sale from June.

Monaco, avenue des Beaux Arts - Tél. +377 93 25 01 32

Cannes, 65 La Croisette - Tél. 04 93 38 39 15

Les bijoux Akillis chez Julian, à Saint-Tropez Akillis jewellery at Julian in Saint-Tropez

On peut parier qu'ils vont faire fureur, cet été. Les bijoux Akillis ont du nerf et du glamour. Créés en 2007 par Caroline Gaspard, ils s'adressent à la femme glam-rock (un mélange de glamour et de rock) et à l'homme métrô-bad-boy (un mélange de métrosexuel aimant prendre soin de lui et de bad-boy qui « aime les voitures et les revolvers »). Au total quatre thèmes qui conjuguent la tradition de la haute joaillerie (matières et pierres précieuses de premier choix, fabrication de haute qualité) à un design ultracontemporain où la beauté croise l'énergie, la force, l'adrénaline et la sensualité. Puzzle assemble des pièces en diamants. Bang Bang I Shot You Down est construit autour d'un motif

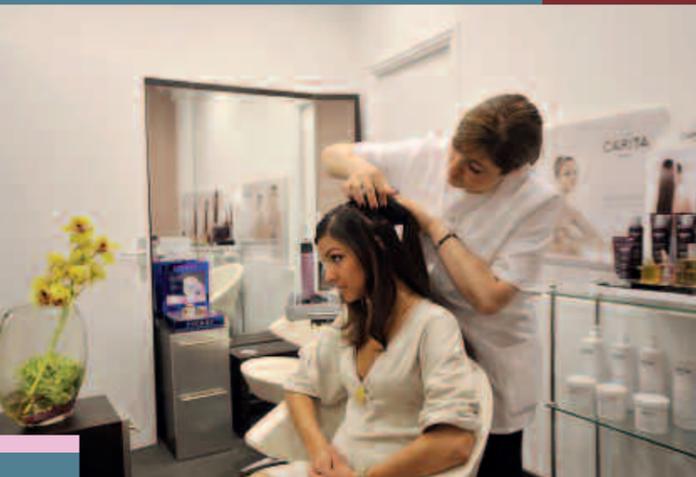
de balles de calibre 9 mm et de Kalachnikov. King George propose des bracelets dont les maillons s'inspirent des bracelets de montre. Enfin, Attila fait songer aux écaillés d'une armure avec des modèles qui se déclinent sous le signe de la couleur et de la personnalisation.

-/ We'll bet that Akillis jewellery is going to be wildly popular this summer, it has such nerve and glamour. The brand that Caroline Gaspard started in 2007 targets glam-rock ladies and metrobadboy men (a mix of metrosexual into taking care of himself and bad boy loving cars and guns). There are four themes combining Haute Joaillerie tradition (first-class precious materials and stones, top-quality manufacturing) with mega-contemporary design in which beauty joins forces with energy, strength, adrenalin and sensuality. Puzzle offers diamond solutions, Bang Bang I Shot You Down focuses on a motif of 9mm bullets and Kalashnikov, King George comprises chain-link bracelets inspired by watch bracelets, and lastly Attila makes you think of armour plates.

Saint-Tropez, Passage du Port - Tél. 04 94 97 20 27



Metteur en scène végétale de vos réceptions
5, rue Hancy - Nice - www.jeanpaulsavet.com



L'Espace Fitness et Beauté du Carlton (à gauche) a adopté le concept de beauté globale de Cap Croisette.



La rose de mai célébrée chez Fragonard.



Un bronzage parfait avec la gamme bronze de Clinique.



Les soins esthétiques de luxe Kéraskin Esthetics chez Eric Zemmour.

Cap Croisette à Cannes : la beauté en exclusivité

Cap Croisette in Cannes: exclusive beauty

Dans la continuité de l'esprit de la maison de beauté Carita qu'il a ouverte en décembre 2007, Jean-François Maes a imaginé Cap Croisette, un concept de beauté globale. Une équipe de 10 personnes, une surface de 120 m², 3 cabines de soins du corps, une cabine VIP pour les soins capillaires: tout a été étudié pour garantir un moment de détente unique et complet. La porte de l'institut s'ouvre sur l'univers de quatre grandes marques dont Cap Croisette détient l'exclusivité à Cannes : Carita, Annick Goutal, By Terry et Kanebo. Hydratation, éclat et douceur sont depuis 50 ans les promesses de la marque Carita, qui présente aujourd'hui son dernier soin anti-âge, Diamant de Beauté, dans un packaging luxueux évoquant la pierre éternelle. La ligne japonaise Kanebo donne une peau de satin avec ses formules à base de soie et d'ingrédients naturels. Côté maquillage, Cap Croisette fait confiance à By Terry et offre à ses clientes un service de conseil pointu et très personnalisé. Enfin, les fragrances d'Annick Goutal font l'objet d'un assemblage d'essences naturelles, signe distinctif de la Haute Parfumerie française.

Le concept de beauté globale de Cap Croisette s'étend au-delà de ses murs. On le retrouve dans les cabines de soin du nouvel Espace Fitness et Beauté du Carlton, à découvrir avec l'offre de lancement Découverte : un soin « révélation visage » d'une heure, thé vert et macarons Carlton, au prix attractif de 85 €. La Journée particulière prévoit quant à elle un soin du corps, manucure, pédicure, maquillage, shampoing, brushing, ainsi qu'un déjeuner gourmand sur la Plage. Enfin, nous retrouverons Cap Croisette et ses quatre marques phares au Tiara Yaktsa, nouvel hôtel romantique perché sur les collines de l'Estérel.

-/ Following on from the Carita beauty centre he opened in December 2007, Jean-François Maes has now come up with Cap Croisette, a global beauty concept with a team of 10, a 120m² salon, three body treatment cubicles and a VIP cubicle for hair treatments. This salon takes you into a world of four big names only available in Cannes at Cap Croisette: Carita, Annick Goutal, By Terry and Kanebo. Moisturising, radiance and softness have for 50 years been the promises fulfilled by Carita, now presenting its latest anti-aging product, Diamant de Beauté, in luxurious packaging that makes you think of the precious stone. The Japanese Kanebo line makes your skin feel like satin thanks to its formulas based on silk and natural ingredients. For makeup Cap Croisette puts its trust in By Terry and provides specialist, highly personalised advice for its clients. Lastly, Annick Goutal fragrances are created from blends of natural essences, the distinctive sign of top-class French perfumery.

Cap Croisette takes its global beauty concept outside the salon too, so you can also enjoy it in the treatment cubicles of the Carlton's new fitness and beauty suite where you can try it out through the Discovery launch promotion: a one-hour "face revelation" treatment, green tea and macarons, all for the attractive price of €85. Or go all out with a Special Day comprising a body treatment, manicure, pedicure, makeup, shampoo and blow-dry plus a delicious lunch on the hotel's beach. Lastly, Cap Croisette with its four

great brands is also at the Tiara Yaktsa, the romantic new hotel perched in the Estérel hills.

Maison de beauté Cap Croisette. Du lundi au samedi de 10 h à 19 h. Cannes, 23 rue des États-Unis. Tél. 04 93 38 29 99

Espace Fitness et Beauté, Le Carlton - Cannes, 58 boulevard de la Croisette.

Espace Cap Croisette Le Yaktsa.

Sous le soleil exactement !

Here comes the sun!

Le bronze est à l'honneur chez Clinique. En édition limitée et en exclusivité aux Galeries Lafayette, c'est la tendance maquillage incontournable de l'été. Offrez-vous un teint doré et étincelant, sans les méfaits du soleil, grâce à une gamme d'harmonie de bronzes lumineux et intenses : la poudre bronzante teint naturel SPF 15, le blush poudre multi-reflets, le fluide sublimateur de teint ou encore l'hydratant corps hâle progressif. Entre sensualité et emphase, le bronze vous sublimera tout au long de la journée !

-/ Bronze is the buzz word at Clinique, this summer's must-have trend makeup available in a limited-edition range on sale at Galeries Lafayette only. Treat yourself to a radiant sun-kissed complexion without the sun's side effects, thanks to a harmonious range of light-through-dark shades of bronze: SPF15 natural tan powder, multi-shimmer powder blusher, liquid illuminator for the complexion and progressive-tan body moisturiser. A sensual enhancer, bronze makes you beautiful all day long! Clinique, Poudre bronzante, 32 € ; Blush poudre, 33 € Sublimateur de teint, 30 € et Hydratant corps hâle progressif, 33 €.

Kéraskin Esthetics s'implante à Nice

Kéraskin Esthetics comes to Nice

Déjà présente dans sept instituts de beauté aux quatre coins de l'hexagone, la marque de soins esthétiques vient d'élire doublement domicile à Nice. Vous la trouverez au salon Eric Zemmour où le visagiste avait déjà étendu l'éventail de ses prestations aux soins clas-

EN BREF

> Au nom de la rose, parfumerie Fragonard à Grasse célèbre cette année la fleur reine des parfumeurs : la rose de mai. Jusqu'en décembre à Grasse, Èze et Paris, jouez à l'artisan parfumeur et apprenez à reconnaître toutes les facettes d'une rose grâce à un orgue de parfumeur. De son côté, le musée Provençal du Costume et du Bijou propose une exposition de photographies sur les roses ainsi que les roses dans le costume provençal. Venez découvrir au travers de ces événements et de ces manifestations cette fleur extraordinaire, symbole du luxe à la française.

-/ In the name of the rose. This year the Fragonard perfumery in Grasse is celebrating the perfumers' queen of flowers, the May rose, and until December in Grasse, Èze and Paris you can play at perfume creating and learn to recognise the rose's many facets on a perfume organ. In addition the Provençal Costume and Jewellery Museum has a photography exhibition on roses and how they were used in Provençal costumes. So through these events, come and discover this wonderful flower that symbolises French luxury.

www.fragonard.com

siques, tels que le maquillage et la manucure. Il a décidé d'aller plus loin dans le concept de beauté globale, en ouvrant une cabine de soins de la peau Kéraskin Esthetics. Un espace épuré et intimiste où les clientes adeptes des soins haut de gamme pourront s'essayer aux rituels de la marque. Vous pourrez également tester le « programme de ré-harmonisation cellulaire » sur la Promenade des Anglais, au cœur du Méridien. Au sein de son institut de 170 m² situé au 9^e étage de l'hôtel, Sylvie Bayon vient d'inaugurer une cabine exclusivement dédiée à la marque. Un havre de paix où les « Kérafacialistes » vous prodigueront des soins personnalisés. Issue de la Recherche Avancée L'Oréal, Kéraskin Esthetics utilise des actifs encore peu connus, qui permettraient de retrouver une peau idéale... Il ne reste plus qu'à l'essayer !

-/ Already available in seven beauty salons throughout France, the beauty care brand has now taken up dual residence in Nice. You'll find it in Eric Zemmour's salon, where the fa-

COIFFEUR - RELOOKEUR

ERIC MORGANTE

Spécialiste des coiffures de mariées
Un salon unique sans miroir de face...

Accueil et cocooning personnalisés assurés par Eric
et son équipe qui promettent de vrais moments de détente.

Du lundi / vendredi de 8h à 20h non-stop - Samedi de 8h à 12h
16 avenue des Oliviers - 06700 St Laurent du Var
Tél 04 97 12 00 86 - eric-morgante.com

cialist had already extended his range of services to include classic beauty care such as makeup and manicures. Now he's decided to take the global beauty concept further by opening a Kéraskin Esthetics skin-care cubicle, a simply designed private corner where ladies into top-class treatments can try out the brand's rituals. Or you can try the brand's "cell reharmonisation programme" in the Méridien hotel on Promenade des Anglais, where Sylvie Bayon in her 170m² salon on the ninth floor has just opened a cubicle dedicated to the brand, a haven of peace where the Kérafacialists dispense treatments personalised just for you. Kéraskin Esthetics has been developed from L'Oréal's advanced research and uses still little-known active ingredients that make your skin perfect again. Just try it and see!

Eric Zemmour, Nice, 3 avenue de Suède - Tél. 04 93 88 52 52
Institut du Méridien, Nice, 1 Promenade des Anglais
Tél. 04 93 87 82 14

MAQUILLAGE PRINTEMPS/ÉTÉ 2009
CLÉ DE PEAU BEAUTÉ,
L'EXCELLENCE DU SOIN AU QUOTIDIEN

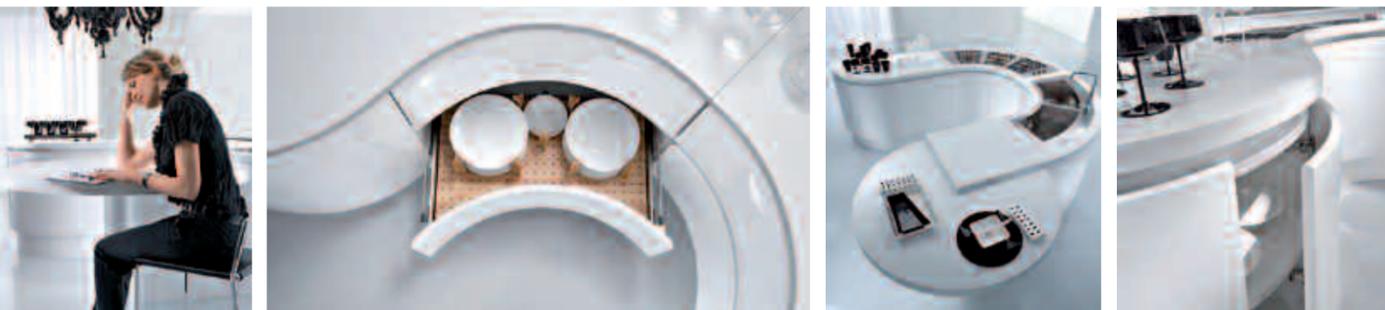
Taizo

120 rue d'Antibes - CANNES - T. 33 (0)4 93 39 57 58 - F. 33 (0)4 93 38 64 26
pcs@taizo.fr - www.taizo.fr



UNIVERSAL DECORATION *l'intérieur passion*

bureau d'études • cuisines • salles de bains • dressings



Show-Rooms

Cannes

Les Tourrades, Palace Center A
06210 Mandelieu
Tél. : +33 (0)4 92 19 64 50
Fax : +33 (0)4 93 48 98 65
e-mail : info@universal-decoration.com

Saint-Tropez

10, avenue Paul Roussel
83990 Saint-Tropez
Tél. : +33 (0)4 94 97 65 68
Fax : +33 (0)4 94 97 71 49
e-mail : info@universal-decoration.com



SCHIFFINI
PEDINI
DADA
ALLMILMO
ZEYKO

PEDINI



Tre Pezzi revisite la bergère classique.



Polycarbonate et aluminium pour Mi Ming by Starck.



La table Stables d'Alfredo Häberli s'inspire d'Alexander Calder.



La ligne Slim de Dedon s'habille en tartan.

Dedon revisite la mode

Dedon revisits fashion

Lors du dernier Salon du Mobilier de Milan, les visiteurs ont pu découvrir la nouvelle collection Dedon Dress Code (D.D.C.). L'éditeur de mobilier outdoor a revisité certains des motifs les plus classiques de la mode pour les appliquer à la collection Slim Line de Jean-Marie Massaud. Des créations pleines de fantaisie et d'humour, déclinées en quatre thèmes. Edinburgh rend hommage à l'un des motifs les plus populaires au monde, le tartan. Cambon, inspiré des tissus pied-de-poule, est une invitation au voyage dans les célèbres quartiers de la mode à Paris où ont vu le jour de grandes innovations telles que le New Look. Marseille, avec ses rayures bleues, vous emporte sur la Côte d'Azur pour un chic version matelot de Jean Paul Gaultier. Enfin, Oslo, revisite le « style norvégien » tricoté classique.

-/ At the last Milan furniture show visitors could see the new Dedon Dress Code (DDC) collection for which the outdoor furnishings editor has revisited some of fashion's most classic motifs and applied them to Jean-Marie Massaud's Slim Line collection. These creations full of imagination and humour are divided into four themes. Edinburgh pays tribute to one of the world's most popular patterns, tartan. Cambon takes inspiration from dog's-tooth check to take you through Paris's famous fashion districts where the New Look was born. Marseille's blue stripes whisk you off to the Côte d'Azur in a chic version of Jean Paul Gaultier's sailor. Lastly, Oslo revisits the classic Norwegian-knitwear style. Monaco, Domaine des Jacarandas, 11 allée Guillaume Apollinaire
Tél. + 377 97 98 69 37

www.dedon.de
Mi Ming by Starck

Des milliers d'années de civilisation savamment mélangées à la technologie de demain. Mi Ming, la toute dernière création de Philippe Starck pour xO, repousse les limites de la technologie en alliant pour la première fois le polycarbonate de la structure à l'aluminium, le bois ou le plastique du *fushou* (accoudoir/dossier qui a la forme de la lettre grecque Omega). Mi Ming, dans la lignée des meubles transparents dits Ghost, est une subtile réinterprétation du fauteuil en fer à cheval caractéristique de l'époque Ming (1368-1644).

-/ Thousands of years of civilisation skilfully melded with today's technology. Mi Ming, Philippe Starck's latest creation for xO, pushes back the limits of technology by for the first time combining a polycarbonate structure with aluminium and a wood or plastic *fushou* (armrest/back in the shape of the Greek letter omega). Mi Ming follows the lineage of the transparent Ghost furniture and is a subtle reinterpretation of the horseshoe armchair characteristic of the Ming era (1368-1644).
www.xo-design.com

Cassina réédite Tre Pezzi

Cassina re-edits Tre Pezzi

Le projet date de 1959. Un demi-siècle après sa création, Tre Pezzi, se voit réédité par Cassina dans sa collection Cassina I Maestri. Conçu par Franco Albini et Franca Helg, ce fauteuil propose une relecture très moderne de la bergère classique. Albini confirme ainsi son penchant pour la rigueur analytique et l'allègement progressif des formes. En effet, l'assise profonde, l'appui lombaire en demi-cercle et l'appui-tête en demi-lune possèdent tous une géométrie pure.

-/ The project first became reality in 1959 and now, 50 years later, Tre Pezzi is being re-edited by Cassina in its Cassina I Maestri collection. Designed by Franco Albini and Franca Helg, this armchair offers a very modern rereading of the classic fireside armchair. Through it Albini confirms his penchant for analytical rigour and the progressive lightening of forms: the deep seat, semi-circular lumbar support and half-moon headrest all express a pure geometry.

www.cassina.com

Stables by Alfredo Häberli

Dès son nom, le nouveau système de tables dessiné par Alfredo Häberli affiche une source d'inspiration bien précise, les sculptures en acier ancrées au sol qu'Alexander Calder a réalisées entre 1945 et 1985. Alfredo Häberli en reprend la légèreté et la plasticité pour créer une collection tout en bois. L'élégance naturelle de ce matériau est mise en exergue par la sobriété formelle de chaque modèle que de multiples typologies d'assises complètent à merveille.

-/ The name Alfredo Häberli has chosen for his new tables derives from a very precise source of inspiration: the steel sculptures anchored to the ground that Alexander Calder produced from 1945 to 1985. Häberli has drawn on their lightness and plasticity to design a collection all in wood, the natural elegance of this material highlighted by the formal so-

LA ROMARINE



Objets pour la maison
Mobilier
Décoration

15 Bd Victor Hugo 06000 Nice - Tel: 04 93 82 40 86

e-mail: genevieve-bozecz@orange.fr

Mobiliers Intérieurs - Extérieurs

Au Coeur du Golfe de Saint-Tropez



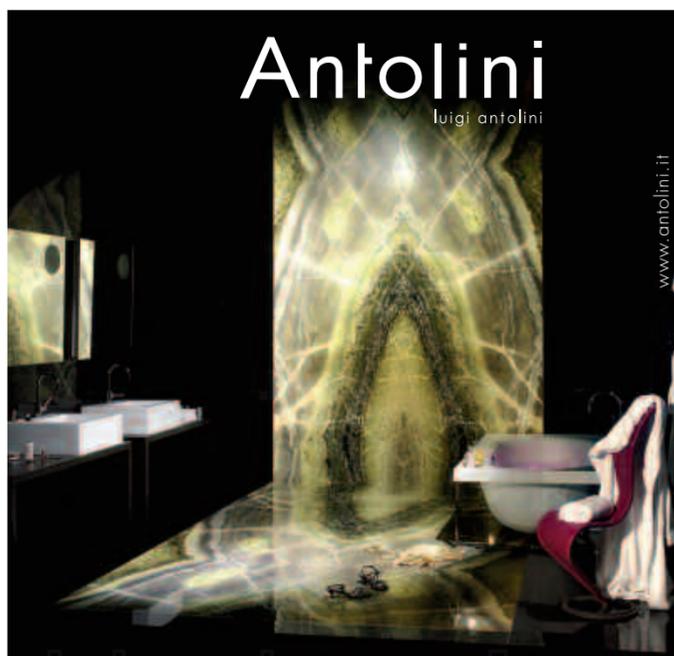
L'OSERAIE

Golfe de St Tropez

D. 559 - 83360 PORT GRIMAUD - Tél. 04 94 56 32 51 - Fax 04 94 56 11 78
e-mail : loseaiegrimaud@wanadoo.fr - Site : www.loseaie.com
ouvert tout les jours de 9h à 20h sauf le dimanche matin

Antolini

luigi antolini



Idealmarbre

11 rue Paul déroulède 06000 NICE - Tel: 04 93 16 18 69 - Fax: 04 93 51 82 81
idealmarbre@orange.fr



NEGRESCO

Palace Belle Epoque et véritable Musée Vivant
141 chambres et suites, symboles du luxe, du raffinement et de la tradition
9 salons polyvalents pour banquets, réceptions, congrès et séminaires



Bar "Le Relais"

Ouvert de 11h30 à 1h

Chaque soir, un pianiste chanteur anime ce rendez-vous phare de la Côte d'Azur et son thé dansant du dimanche après-midi...



Restaurant Gastronomique "Le Chantecler"

Fermé les lundis et mardis (hors jours fériés)

Menu "Plaisir" 50/60 euros

Menu "Chanteclerc" 90 euros - Carte



Brasserie "La Rotonde"

Ouverte tous les jours de 7h à 23h

Menu "Coup de cœur" 31/36 euros - Carte

HÔTEL NEGRESCO
37 Promenade des Anglais - 06000 Nice
Tél. +33 (0) 4 93 16 64 00 - Fax. +33 (0) 4 93 88 35 68
Email : direction@hotel-negresco.com
Site : www.hotel-negresco-nice.com

URBAN

ÔTE AZUR

DÉCO
les sélections du mois / this month's selections



Lignes fluides et aériennes pour Cosmic Angel.

Bold réactualise la chaise tubulaire.

variety of each model that many types of chair will complement superbly.
www.aliasdesign.it

Cosmic Angel soffitto

Pour le designer Ross Lovegrove, Cosmic Angel est « né de ma recherche continue sur les formes liquides, sur les algorithmes digitaux et sur le processus contemporain de production et de création effectués directement à partir d'un logiciel ». Résultat, un plafonnier aux lignes fluides qui forme une composition suspendue et aérienne, composé de matériaux hi-tech (corps réflecteur en matériau thermoplastique peint, corps lumineux en aluminium moulé sous pression, diffuseur supérieur en méthacrylate opalin). De par sa forme, ce luminaire permet aussi de moduler l'éclairage en optant pour une émission directe ou diffuse indirecte.

-/ Designer Ross Lovegrove states that Cosmic Angel is "derived from my ongoing research into liquid forms, digital algorithms and the contemporary process of milling and forming directly from computer software". The result is a suspended wave of a ceiling lamp flowing across the surface, composed of hi-tech materials: body lamp-reflector in painted thermoplastic material, die-cast aluminium lighting units, upper diffuser in opal methacrylate. The light it gives is also modular as you can choose between direct or diffused indirect.

www.artemide.com

Moustache, un nouvel éditeur français
Moustache, a new French editor

Fondée par Stéphane Arribergé et Massimiliano Iorio, Moustache, nouvel éditeur français, propose de rassembler, par affinités, une famille de designers capables de dessiner des objets innovants et durables dans le temps. Cohabitent ainsi des designers tels que François Azambourg, Matali Crasset, Ana Mir + Emili Padros et Inga Sempé. Ou encore Big-Game, dont la chaise Bold réactualise le traditionnel modèle en tube d'acier. Gonflée d'une épaisse mousse de polyuréthane, sa structure joue successivement le rôle de pied, siège puis dossier et lui apporte un confort étonnant. Recouverte d'un gainage textile déhoussable, elle change de couleur en quelques instants.

-/ Founded by Stéphane Arribergé and Massimiliano Iorio, new French editor Moustache is out to form an affinity-based family of designers capable of designing innovative and enduring items. Thus cohabit designers such as François Azambourg, Matali Crasset, Ana Mir + Emili Padros and Inga Sempé. Plus there's Big-Game, whose Bold chair updates the traditional model in steel tubing: the structure padded with thick polyurethane foam successively forms the legs, seat and back. It's amazingly comfortable and since it has a removable fabric cover you can change the colour whenever you want.

www.moustache.fr

ET LA LUMIÈRE FÛT !

ACTION FLUO

► PARTENAIRE DE LA SOIRÉE MONOCHROME DE CÔTE MAGAZINE
► Conception, fabrication et importation de produits lumineux FLUO (colliers, bracelets, agitateurs de cocktails, bâtons, bijoux, verres, sous-verres...) et LED (glaçons, verres, seau à champagne, boules, bougies...)
► Personnalisation de produits
► Recherches et fabrications de produits sur mesure à partir de notre filiale à Shanghai : www.happyneo.cn

06370 Mouans Sartoux - T. 04 92 92 01 95 - www.actionfluo.fr - contact@actionfluo.fr
Vente aux particuliers : magasins CASH DECOR (Mougins, Nice, Villeneuve Loubet, Plan de Campagne)

by **WS** collection
Mobilier - Outdoor

La décoration outdoor par excellence, choix, qualité, disponibilité immédiate

www.ws-collection.fr

ST TROPEZ
Route des Plages

CAVALAIRE
870, av. des alliés

T.04 94 56 49 05
contact@ws-collection.fr

Une tradition de poissons & langoustes grillés, Bouillabaisse

Loco Beach

RESTAURANT DEPUIS 1936






MENU DÉJEUNER 39€ / 45€ ET CARTE • FERMÉ DIMANCHE ET LUNDI • WWW.COLOBEACH.FR
2 AVENUE JEAN LORRAIN - NICE • TÉL. 04 93 89 39 26 FAX 04 92 04 02 39 • SERVICE VOITURIER ASSURÉ



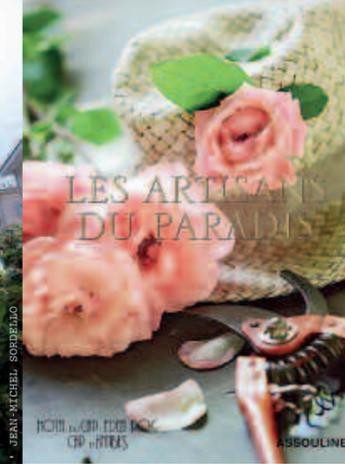
RAMPOLDI
Restaurant à Monte-Carlo

Stars du cinéma, du tennis, de la chanson, de la course automobile et belle clientèle monégasque sont habitués de Rampoldi, spécialiste en cuisine italienne et française. Luciano, maître des lieux, collaborateur de Régine pendant 20 ans, éblouit tout le monde par sa courtoisie et son habileté à obtenir le meilleur de ce que la Principauté peut offrir. Le prix moyen à la carte, service inclus, sans les boissons est de 60€. -/ Star del cinema, del mondo del tennis, della canzone, delle corse di F1 ed una prestigiosa clientela monegasca sono gli abituati di Rampoldi, specialista della cucina italiana e francese. Luciano, padrone di casa e collaboratore di Régine per 20 anni, sorprende i suoi ospiti con la sua inconfondibile cortesia e abilità ad ottenere il meglio di quel che offre il Principato. Il prezzo alla carta, servizio compreso, bevande escluse, è mediamente di € 60.

3, AVENUE DES SPÉLUGUES - MONTE-CARLO - TÉL. + 377 93 30 70 65
OUVERT TOUS LES JOURS



Maximilien Goglio relance La Villa à Cannes.



Les secrets de l'Eden-Roc enfin révélés.



Le Club Dauphin du Grand-Hôtel du Cap-Ferrat accueille la Nuit de l'Hôtellerie.

La Villa, retour aux sources

La Villa, back to roots

Séquence émotion avec le retour sur le devant de la scène de ce qui a été le premier afterwork/restau-club/before de Cannes, La Villa, créée par Jean-Pierre Porte. Connu il y a encore peu sous le nom de Ballroom, l'établissement retrouve donc son appellation d'origine. Une volonté de la part du nouveau maître des lieux, Maximilien Goglio, de renouer avec l'esprit festif d'un lieu où il n'était pas indispensable d'être une fashion victim pour être accepté. On y viendra donc pour y faire la fête en toute simplicité, dans le jardin arboré, autour du bar ou encore dans l'espace restaurant à la déco baroque et situé au premier étage. Un esprit ouvert à tous (à condition de bien se tenir) repris par la carte de boissons qui propose petits plaisirs (Côte de Provence à partir de 16 €) et crus d'exception (Cristal Roederer et Cheval Blanc). Côté restaurant, on se concentre sur des plats à l'appellation traditionnelle (escalope milanaise, gambas poêlées à la provençale, tartare au couteau, risotto de homard, croustillant de pommes caramélisées) mais à la livraison contemporaine. Cerise sur le gâteau, pour animer tout ça, on retrouve aux platines Albert de Paname et Georges (ex-Black Cat) ainsi qu'une programmation live music éclectique.

-/ Stepping back into the limelight is the place that was Cannes's very first afterwork/restau-club/before-club venue: La Villa created by Jean-Pierre Porte. After being known for a short time as the Ballroom, it's now reverted to its former name as part of new host Maximilien Goglio's intention to reconnect with the party spirit of a place where you didn't have to be a fashionista to be accepted. So the idea is that you head here to enjoy yourselves in a perfectly simple way, in the shady garden, around the bar or in the first-floor restaurant with its baroque decor. This open-to-everyone attitude is reflected in the drinks list offering affordable little pleasures (Côte de Provence from €16) through to outstanding tipples (Cristal Roederer and Cheval Blanc). The restaurant concentrates on traditional dishes (escalope milanaise, king prawns pan-fried Provençal style, hand-chopped steak tartare, lobster risotto, crispy caramelised apples) but delivered in a contemporary way. The icing on the cake is that the place is enlivened by Albert de Paname and Georges (ex-Black Cat) on the turntables plus eclectic live music.

Cannes, 7 rue Marceau - Tél. 04 93 43 30 72 - www.lavillacannes.com

L'Hôtel du Cap Eden-Roc livre ses secrets

Hôtel du Cap Eden-Roc unveils its secrets

Après *Cuisine et gourmandises de stars*, l'écrivain François Simon a promené son regard sur toutes ces mains d'orfèvres qui embellissent le mythe Eden-Roc au quotidien, mais aussi sur toutes les forces vives extérieures, fournisseurs fidèles, producteurs locaux et ambassadeurs passionnés du terroir devenus des amis. Le titre de son ouvrage : *Les Artisans du Paradis*. Parmi eux, Lilian Bonnefoi, chef artiste-pâtissier, qui inaugure cette année une chocolaterie avec l'objectif d'assurer une production maison pour l'ensemble de la restauration. Sans oublier ses sculptures en chocolat qui seront exposées durant toute la saison. Aux Editions Assouline (photographies Jean-Michel Sordello).

-/ Following his book *Cuisine et gourmandises de stars*, writer François Simon took a close

look at all those skilful workers who day by day embellish the Eden-Roc myth, but likewise at all its external life forces – loyal suppliers, local producers and terroir-loving promoters-cum-friends. This new book published by Assouline is entitled *Les Artisans du Paradis*. One of those artisans is patisserie-artist chef Lilian Bonnefoi, who this year is starting a chocolaterie that will make all the chocolate used in all the catering, right there on the premises. Not to mention his own chocolate sculptures on display throughout the season.

Cap d'Antibes, boulevard John Fitzgerald Kennedy - Tél. 04 93 61 39 01

35^e Nuit de l'Hôtellerie

35th hotel industry night

Le Syndicat des Hôtelières de Nice Côte d'Azur a choisi cette année le cadre du Grand Hôtel du Cap pour organiser la Nuit de l'Hôtellerie. Un choix opportun, selon Christian Roussel, directeur du Syndicat, pour mettre en avant l'excellence de notre secteur. « Cette manifestation répond à plusieurs objectifs. Tout d'abord honorer les personnes qui nous sont proches et qui, toute l'année, font avancer notre profession et le tourisme sur la Côte d'Azur, politiques, corps d'état, institutionnels. Ensuite, nous voulons offrir aux participants une soirée gastronomique prestigieuse et conviviale. » Et ce sera le cas, l'événement commencera dès 20 heures avec un apéritif avec saxo live, puis un orchestre accompagnera les invités jusqu'au Club Dauphin pour le dîner gastro-nomique, qui sera suivi d'un feu d'artifice et, bien sûr, d'une animation dansante. « Les deux derniers objectifs sont de remercier nos partenaires qui nous soutiennent toute l'année et de montrer qu'au fur et à mesure des années, cette manifestation est devenue un must en la matière et prouve notre attachement à cette profession. »

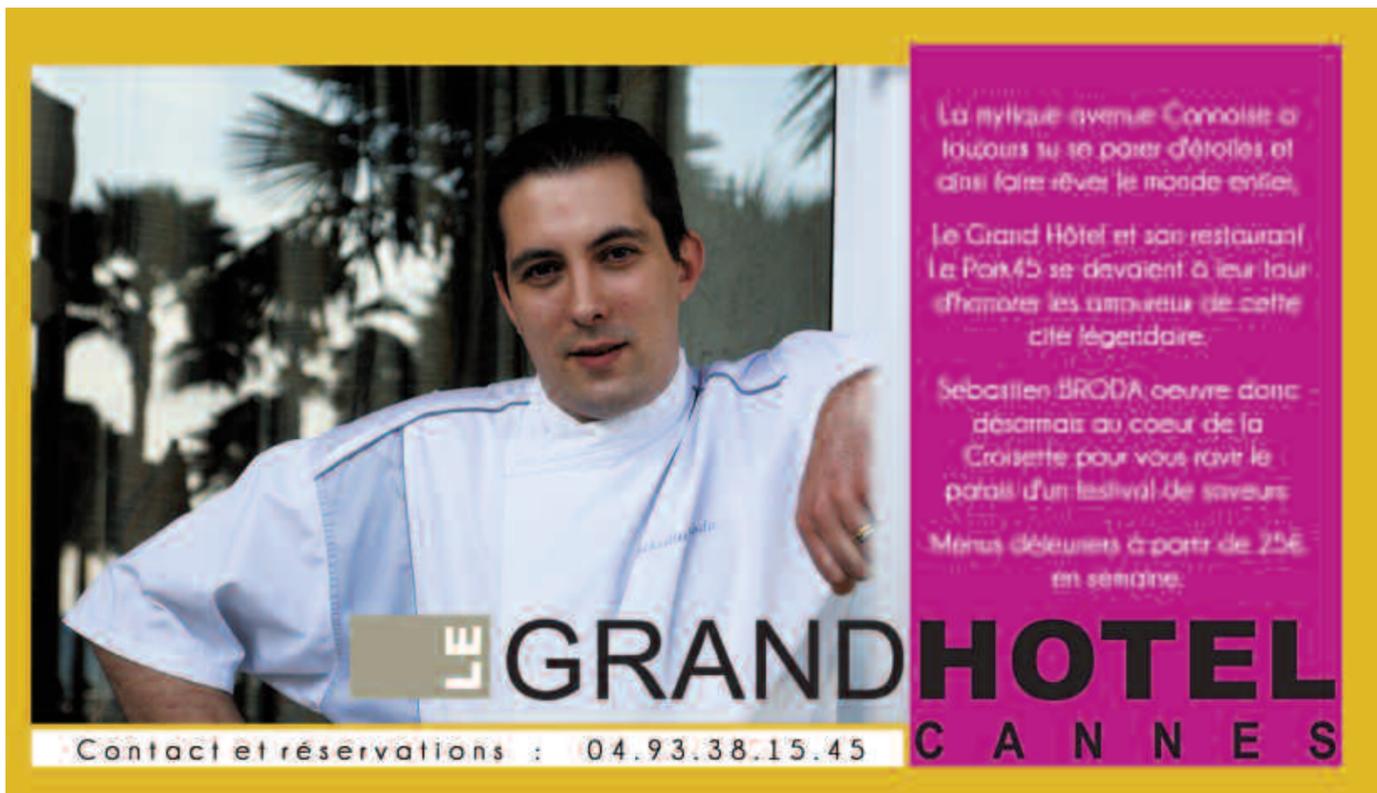
-/ The Nice Côte d'Azur hoteliers' union has chosen the Grand Hôtel du Cap to hold this year's Nuit de l'Hôtellerie, a judicious choice for highlighting the hotel industry's excellence, according to union director Christian Roussel. "This function fulfils several objectives," he says. "First and foremost to honour the people close to us who all year long help our profession and Riviera tourism move forwards – politicians, civil servants, culture executives. Then our aim is for our guests to enjoy a prestigious gastronomic social event." The evening starts at 8pm with aperitifs and live saxophone music, then musicians escort the guests to Club Dauphin for the gastronomic dinner followed by a firework display and dancing. "Our last two objectives are to thank our partners who back us all year round and to show that over the years this function has become a must of its kind and proves how much we love our profession."

Information : 04 93 88 39 42

Terrasse time au Radisson Blu Hôtel

Terrace time at the Radisson Blu Hôtel

Le temps est arrivé où il fait bon s'attarder en terrasse à l'occasion d'un déjeuner ou d'un dîner. Et c'est exactement ce que vous propose le Radisson Blu Hôtel, qui vient d'ouvrir son restaurant d'été, situé sur le toit. Vue panoramique au menu et plats gourmands à la carte, signée David Colombel – primeurs du jardin crème acidulée et ciboulette, darne de saumon grillé, gourmandise fruits rouges et crème vanille. A noter



La mythique avenue Croisette a toujours su se parer d'étoiles et ainsi faire rêver le monde entier.

Le Grand Hôtel et son restaurant Le Park 45 se devaient à leur tour d'affirmer les valeurs de cette cité légendaire.

Sébastien BRODA ouvre donc désormais au cœur de la Croisette pour vous ravir le palais d'un festival de saveurs.

Menus déjeuners à partir de 25€ en semaine.

GRAND HOTEL

CANNES

Contact et réservations : 04.93.38.15.45

MANOIR DE L'ETANG

HÔTEL DE CHARME

el Lago

RESTAURANT



Ouvert de Mars à Octobre

Informations et Réservations

WWW.MANOIR-DE-LETANG.COM

manoir.etang@wanadoo.fr

Tél. 0 492 283 600



Coin lounge ou restaurant en bord de piscine, la terrasse...

aussi que le restaurant (La Terrasse) propose des formules de 31 à 39 €. Est-ce tout ? Non car une bonne nouvelle ne venant jamais seule, La Régence, le restaurant de la plage privée de l'hôtel, propose de son côté de déguster des petits plats raffinés et savoureux les pieds dans l'eau, melon et jambon de parme, magret de canard rôti à la cardamome, mi-cuit au chocolat noir...

-/ It's now the season when sitting around on a terrace after lunch or dinner is a most pleasant experience and that's exactly what the Radisson Blu Hôtel gives you the chance to do in its recently opened rooftop summer restaurant. Panoramic view plus à la carte menu of delicious dishes concocted by David Colombel: early garden vegetables with sour cream and chives, grilled darne of salmon, gourmandise of soft fruits and vanilla cream. Note too that La Terrasse serves set menus at €31 to €39. A further bit of good news is that La Régence, the restaurant on the private beach, serves refined, tasty little dishes at the waterside, such as melon with Parma ham, duck breast roasted with cardamom, semi-cooked dark chocolate delight, and the like.

Nice, 223 Promenade des Anglais - Tél. 04 97 17 71 77



...du Radisson Blu vous ouvre ses portes.



La Côte d'Azur compte un nouveau casino : Terrazur ouvre le 10 juin à Cagnes-sur-Mer.



Vue sublime à la Chèvre d'Or.

Ambiance terrasse à la Chèvre d'Or

Terrace ambiance at the Chèvre d'Or

Le prestige de la table gastronomique deux fois étoilée du Château de la Chèvre d'Or est tel que, parfois, il aurait tendance à occulter les autres propositions gourmandes du Relais & Châteaux. Rendons, aujourd'hui, justice aux trois autres restaurants, tous situés en terrasse, qui viennent de rouvrir leurs portes pour cette nouvelle saison. Chaque étape propose une cuisine différente mettant en scène les produits de la région, mais aussi d'ailleurs, pour combler toutes les envies et toutes les bourses. Esprit exotique et romantique à l'Eden avec sa carte fusion, sa vue plongeante sur la Méditerranée d'un côté et les remparts médiévaux de l'autre, sa nouvelle déco qui invite au voyage et sa musique lounge. Ambiance sereine et décontractée pour Le Café du Jardin, installé au bord de la piscine. Enfin, Les Remparts, avec son assiette semi-gastronomique et son panorama sur la baie de Villefranche-sur-mer, la baie des Anges et le golfe de Saint-Tropez, vous offrira l'occasion d'apprécier des instants qui ont fait la réputation de cette mythique

adresse. Citons enfin, du côté hôtellerie, la création de deux suites à la décoration contemporaine mais à l'esprit inspiré par d'illustres artistes ayant résidé dans la région, Jean Cocteau et le peintre Luis Navarro.

-/ The prestige of the Château de la Chèvre d'Or's two-starred gastronomic restaurant is such that it might sometimes obscure the Relais & Châteaux's other delicious propositions, and indeed three other restaurants, all on terraces, have just re-opened for the new season. Each serves a different cuisine, using regional and more exotic produce, so as to delight all tastes and budgets. An exotic, romantic approach at Eden, with fusion menu, bird's-eye view of the Mediterranean on one side and the medieval ramparts on the other, a new travel-inspiring decor and lounge music. Serene, relaxed ambiance at Le Café du Jardin alongside the swimming pool. Lastly, Les Remparts offers semi-gastronomic cuisine and a panorama encompassing Villefranche-sur-Mer bay, the Baie des Anges and the gulf of Saint-Tropez.

Eze, Moyenne Corniche, rue du Barri - Tél. 04 92 10 66 66

Un nouveau casino sur la Côte d'Azur

A new casino on the Côte d'Azur

180 machines à sous dont 40 en zone fumeur de 0.01 € à 2 €, 8 tables de jeux : Black Jack, Roulette Anglaise, Texas Hold'em Poker et Hold'em Poker de casino, bienvenue au Terrazur, le nouveau casino du Groupe Tranchant à Cagnes-sur-Mer. L'établissement dispose d'un bar et d'un restaurant au cœur de l'espace jeu. Un second bar-restaurant se situe au premier étage, plus cosy et accessible à tous. Doté d'une terrasse, celui-ci accueillera touristes et locaux pour passer des moments décontractés. Avec une capacité de 700 personnes en configuration concert, la salle de spectacle a l'ambition de devenir une des salles dignes des plus grandes de la région. La programmation promet d'être riche et variée pour plaire au plus grand nombre et ce, dès cet été, avec Noëlle Perna (Mado la Niçoise), Hélène Ségara et bien d'autres. Tous les espaces sont privatisables, notamment la terrasse du dernier étage d'une superficie de 400 m², et s'adaptent pour recevoir tout type d'événement : concert, cocktail, dîner de gala, groupe de travail...

-/ One hundred and eighty slot machines, 40 of them in a smoking area, on which you can play for one euro-cent to €2, eight gaming tables with blackjack, English roulette, Texas Hold'Em poker and Casino Hold'Em poker... welcome to the Tranchant group's new Terrazur casino in Cagnes-sur-Mer. The Terrazur has a bar and restaurant right inside the gaming rooms plus a second, cosier, bar/restaurant on the first floor that's open to everyone and has a terrace, so is bound to attract tourists and locals looking to wind down. There's also an auditorium with concert seating for 700 people and an ambition to become a show venue on a par with the region's biggest. Its programme promises to be varied and entertaining so as to satisfy all tastes, starting this summer with Noëlle Perna (Mado la Niçoise), Hélène Ségara and others. All parts of the casino are available for private hire, notably the 400m² top-floor terrace, and can be adapted to host any type of event: concert, cocktail party, gala dinner, work session etc.

Cagnes-sur-Mer, 421 avenue de la Santoline - Tél. 04 92 27 14 40



L'Auberge provençale

61 PLACE NATIONALE - 06600 VIEIL ANTIBES - TÉL. 04 93 34 13 24
www.aubergeprovencale.com

Anjuna Plage
Plage & Restaurant
EZE BORD DE MER

contact@anjunabay.com

Tel : 33 (0)4.93.01.58.21



LE MAS
Candille



VOTRE ÉTÉ
AU MAS CANDILLE



Le Restaurant La Pergola au bord de la piscine à débordement, avec magnifique vue panoramique sur la campagne de Grasse...

Un moment de pure détente, de 12h à 15h, avec une carte de plats légers et savoureux.

Exposition de photos exceptionnelle et exclusive pour les 60 ans de Paris-Match, du 15 juin au 15 septembre, à la Pergola.
« Stars à la Une » : en grand format et en plein air.

Soirées musicales tous les mardis, jeudis et dimanche soirs, de 19h à 23h en Juillet et en Août.

Lounge bar, « à ciel ouvert », au pied de la Pergola, en juillet et août à partir de 19h 30.

Et toujours le spa Shiseido, unique en France...

ET POUR UN SÉJOUR DE RÊVE À MOUGINS EN JUILLET OU EN AOÛT

FORFAIT 1/2 PENSION
(déjeuner à la Pergola)
à 420€ pour 2 personnes

FORFAIT PENSION COMPLÈTE
(déjeuner et dîner à la Pergola)
à 550€ pour 2 personnes.



Bd. Clément Rebuffel • 06250 Mougins • Tél. 33 (0)4 92 28 43 43
www.lemascandille.com



La cuisine italienne est chez elle à Il Viaggio.

Il Viaggio, un nouvel Italien à Cannes Il Viaggio, a new Italian eatery in Cannes

Avec un nom comme ça – voyage en italien – on pourrait attendre de cette nouvelle table ouverte à Cannes une carte inspirée par les saveurs du monde. Et bien il n'en est rien car il y a des choses avec lesquelles il ne faut pas plaisanter ! On l'aura compris, le créateur du lieu Matteo Rostagno et son chef Matteo Lorenzo sont italiens et entendent bien défendre la cuisine du pays, pâtes bucatini campani (crème de courgette, pancetta, pecorino et parmesan), risoto bergamasco (gorgonzola, asperges, beurre et parmesan) porcospino di manzo (filet de bœuf rôti au four, romarin et gros sel), costoletta alla milanese (côte de veau première panée). Alors pourquoi Il Viaggio ? Tout simplement parce que Matteo adore les voyages. Une passion que l'on retrouve dans la décoration dont l'esprit contemporain est ponctué de clins d'œil world style, peinture bolivienne, meubles chinois, panneau de porte indien... sans oublier, évidemment, des fresques de Botticelli.

-/ With a name like that (Italian for travel) one might well expect this new Cannes restaurant to serve a world flavours-inspired menu but that is strictly NOT the case! Some things are no joking matter so let's be clear that restaurateur Matteo Rostagno and chef Matteo Lorenzo are both Italian and intent on promoting their country's cuisine: bucatini campani pasta (creamed courgettes, pancetta, pecorino and parmesan), bergamasco risotto (gorgonzola, asparagus, butter and parmesan), porcospino di manzo (beef fillet roasted with rosemary and coarse salt). So why the name? Simply because Matteo adores travelling, as evidenced by the decoration that's contemporary but punctuated with nods to world styles – Bolivian painting, Chinese furniture, Indian door panel and not forgetting some... Botticelli frescoes.

Cannes, 11 rue d'Oran - Tél. 04 93 99 48 52

L'Oasis, joyeux anniversaire ! L'Oasis, happy double birthday!

2009 sera définitivement une année à part pour Stéphane, Antoine et François Raimbault. Leur restaurant L'Oasis, doublement étoilé au Guide Michelin et membre de la prestigieuse association des Relais & Châteaux, fêtera le 18^e anniversaire de sa réouverture, mais également les 10 ans du rachat de cette célèbre adresse azurienne. Pour fêter ses deux anniversaires, les trois frères organiseront au mois de juin une soirée de remerciements où amis, partenaires et représentants locaux se retrouveront pour « souffler les bougies » de ces belles années passées... et à venir. Cette soirée sera également l'occasion d'officialiser l'inauguration du Bistro de L'Oasis, situé à l'étage du restaurant gastronomique.

-/ 2009 is definitely a special year for Stéphane, Antoine and François Raimbault. Their L'Oasis restaurant, which has two Michelin stars and flaunts the prestigious Relais & Châteaux label, is celebrating the 18th anniversary of its re-opening but also its tenth ownership anniversary. To celebrate these two big events, the three brothers are hosting a thank-you night in June when friends, partners and local dignitaries will come together to blow out the candles representing all the great years passed... and still to come. The night doubles up as the official inauguration of the Bistro de L'Oasis.

Mandelieu-la-Napoule, rue Jean Honoré Carle – Tél. 04 93 49 95 52



Stéphane, Antoine et François Raimbault, trois frères pour un anniversaire.

Luna Rossa, au cœur de l'Italie Luna Rossa, the heart of Italy

C'est avec plaisir que nous retrouvons Marcello Conte. Nice l'a découvert l'an dernier à la Taverna di Pulcinella, aujourd'hui, c'est Saint-Jean-Cap-Ferrat qui l'accueille. Une adresse installée à flanc de rivage avec la Méditerranée à perte de vue, qui offre au chef un cadre à sa mesure. L'homme étant italien, d'une part, et très réputé dans son pays, d'autre part, on comprendra facilement que sa cuisine chante comme un bel Canto. Des assiettes qui laissent la place au produit livré à travers des associations tout en simplicité : carpaccio d'artichauts et gambas avec copeaux de parmesan, seiches grillées avec poivron, linguine plats au homard, escalope de veau au vin blanc ou au citron, filet de sériole au vinaigre balsamique avec courgettes grillées, turban de sole avec épinards, gambas et sauce tomate avec poireaux frits. Inutile de préciser que tout ici est préparé à partir de produits frais, viandes, poissons, crustacés. L'autre bonne nouvelle est que ce chef n'est pas venu seul. Avec lui, Pasquale Casolla (poissons/pâtes) et Raffaele Pappalardo



Luna Rossa, décor méditerranéen pour cuisine chantante.

(entrées/grillades), deux compères avec qui Marcello exerçait déjà à Naples. Autant dire que nous avons affaire ici à une équipe de spécialistes prête à défendre les valeurs d'une cuisine de saveur et de fraîcheur. Et c'est le cas !

-/ We're more than happy to meet up with Marcello Conte again. Nice discovered him last year at Taverna di Pulcinella and now he's to be found in Saint-Jean-Cap-Ferrat, in a restaurant right on the seafloor, facing the endless Mediterranean, that provides this chef with the setting he deserves. Given that he's Italian and highly reputed in his home country, it's easy to grasp that his cuisine sings as sweetly as any bel canto. Dishes that let the produce speak for itself, in perfectly simple combinations: carpaccio of artichokes and king prawns with parmesan shavings, cuttlefish grilled with peppers, lobster linguini, veal escalope in white wine or lemon juice, sole with spinach, king prawns in tomato sauce with fried leeks. We don't need to point out that here everything is made with fresh produce, meat, fish and seafood.

Saint-Jean-Cap-Ferrat, 2 avenue Denis Séméria - Tél. 04 93 76 03 97

TOUTES LES COULEURS DE PROVENCE

CHATEAU RASQUE
L'Enfant des Vignes

83460 TARADEAU
04 94 99 52 20
www.chateau-rasque.com

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé
A consommer avec modération.



OPTIONS

LOCATION DE MATERIEL
POUR RECEPTIONS, DECORATION

www.options.net



Nice : 04 92 08 83 00 - Marseille : 04 42 46 77 77 - St Tropez : 04 94 55 75 83

URBAN

Par Alexandre Benoist - Photo Jean-Michel Sordello

ÔTE
AZUR

SORTIR
portrait du mois / this month's portrait

Nicole Spitz, être à l'écoute Nicole Spitz, a receptive ear

Entière, franche, sensible, la directrice générale de l'Hôtel Negresco a érigé ses valeurs humaines en véritable éthique de management. Consistent, frank and sensitive, the Hôtel Negresco's director has turned these human values into a veritable management ethic.

« Voulez-vous une cigarette ? » Commence l'entretien ainsi. En toute simplicité, Nicole Spitz donne le ton. La directrice générale de l'Hôtel Negresco est comme ça, pas de chichi, pas de cinéma. Pourtant elle aurait de quoi bomber le torse comme un major. C'est d'ailleurs à ce titre qu'elle sort, en 1965, de la réputée Ecole hôtelière de Strasbourg. Trois ans plus tard, elle est alors âgée de 27 ans, elle devient au Negresco la plus jeune gouvernante générale de France et, en 1997, la première femme à occuper le poste de directrice générale d'un palace. Décorée de l'Ordre National du Mérite en 1982, huit ans plus tard, elle est élue personnalité de l'année. En 2007, elle crée, en collaboration avec le Ministère de l'Education Nationale, la classe « Gouvernant(e) des Services hôteliers » et, dans la même année, un MOF Gouvernantes Générales. Un parcours brillant ! Pourtant, Nicole Spitz cultive une élégance discrète et une humilité sincère. Le devant de la scène ce n'est pas pour elle. « Je suis une besogneuse. Et je me sens bien de l'autre côté de la barrière. Les paillettes, ce n'est vraiment pas pour moi ! »

Ouverte à tous et à toutes les idées

Timide, Nicole ? Non, être proche du personnel, voilà ce qui lui plaît. Et voilà sa faille. Car Nicole Spitz ne fait pas partie de cette génération de directeurs « sans foi ni loi » issus des écoles de commerce et rompu au seul management des lignes comptables. « Je suis sensible à l'être humain et j'ai toujours cherché à créer quelque chose d'attachant avec mes collaborateurs. Et s'il m'arrive d'être injuste, je ne me sens pas bien dans mes baskets ». Trop sensible, peut-être, mais c'est ce qui fait sa force et sa réussite. « Je suis à l'écoute de tout le monde et ouverte à toutes les idées. Si je ne suis pas d'accord, je ne refuse jamais d'emblée par principe, il faut juste me prouver que j'ai tort. » Si elle a raison ? Alors, là, pas de pitié. Le ou les collaborateurs perd(ent) sur le champ... une tablette de chocolat ! « Au lait avec des noisettes, j'adore ça, et c'est devenu l'objet des paris entre nous. Mais il m'arrive de perdre... » Si son péché mignon est connu, on sait aussi ce qu'elle déteste. Le mensonge, l'hypocrisie et, surtout, que l'on remette sa parole en doute. « J'aurais dû être gangster car j'attache beaucoup d'importance à la parole donnée. Malheureusement, aujourd'hui, il y a toute une nouvelle génération qui ne fonctionne que par l'écrit. Je n'ai pas été élevée comme cela. C'est peut-être la conséquence de mon éducation à l'Allemande, mais je suis entière, quand je dis quelque chose, je m'y tiens. C'est une question d'éthique, sinon je ne pourrais pas me regarder dans la glace ».

-/ "Would you like a cigarette?" is how the interview starts. Straightaway Nicole Spitz sets the tone: no fuss, no posturing. Yet she could be forgiven for expressing more than a certain amount of pride given her achievements. In 1965 she graduated top of her class from Strasbourg's reputed catering school, three years later, at just 27 years old, she became France's youngest executive housekeeper, at the Negresco, and in 1997 the first woman to occupy the post of managing director of a luxury hotel. Awarded the national order of



Nicole Spitz : «Créer quelque chose d'attachant avec ses collaborateurs.»

merit in 1982 and eight years later named woman of the year. In 2007 she initiated the Hotel Services Housekeeper qualification in collaboration with the national education minister and that same year introduced a MOF award for executive housekeepers. What a career! Yet Nicole Spitz cultivates discreet elegance and sincere humility. Not for her the limelight.

Open to everyone and all ideas

So is Nicole Spitz shy? No, she just likes being in close contact with her staff for she doesn't belong to that generation of go-getting directors trained in business schools and only expert at managing accounts. "I'm sensitive to human beings and I've always sought to develop real attachments with my employees. And if ever I do act unjustly, I simply don't feel good about myself." Too sensitive perhaps, but that's what makes her strong and successful. "I listen to everyone and I'm open to all ideas. If I don't agree, on principle I never refuse straight off; I just have to be shown proof that I'm wrong." And if she's right? Well then she's pitiless and her employee(s) immediately forfeit... a bar of chocolate! "Milk with hazelnuts, I adore it and it's become the stake in bets between us. But I do lose sometimes..." Her little weakness is known to all, but so is what she hates: lies, hypocrisy and most of all having her word doubted. "I attach a lot of importance to giving my word. Unfortunately today there's a whole new generation that has to have everything written down. That's not how I was brought up. Maybe it's the result of my German upbringing but I'm consistent, when I say something I follow through. It's a question of ethics, otherwise I couldn't look myself in the eye." Nice, 37 Promenade des Anglais - Tél. 04 93 16 64 00



RIVIERA RADIO
106.5
in English
BEST OF THE RIVIERA

THE HOTTEST CLUBS, THE COOLEST PLACES, THOSE HIDDEN GEMS, RESTAURANTS, GALLERIES AND EVENTS.

DISCOVER THEM ALL WITH 'BEST OF THE RIVIERA' **EVERY WEDNESDAY.**

WE MAKE THE GOOD LIFE SO MUCH BETTER.

TRY IT NOW.



SAN REMO MENTON MONACO NICE CANNES ST TROPEZ

WWW.RIVIERARADIO.MC - +377 97 97 94 94

G.H.MUMM



Trombinos
COTE

Photos supplémentaires sur www.cotemagazine.com



Michel Di Benedetto (Les Palmiers), Kan Sperber (COTE), Stéphanie Cachat (Les Palmiers) et Claude Henri Menu (COTE).



Stéphane et William (WS Collection).



Nagette Malezic et Sophie Venereau (Façonnable).



Céline Delfino (Gilles Delfino Saint-Tropez) et Gilles Delfino (Gilles Delfino Cannes et Paris).



Nathalie Marmi (COTE), Magali Vinot (Mairie de Saint-Raphaël) et Gérard Amen (Mairie de Saint-Raphaël).



L'équipe Julian : Béatrice Julian, Sabine Solazzo, Molly Kail, Emeline Marcel.



Catherine Sarachmann (COTE) et Krystina Martin Steen (Christian Dior et Pucci).



Marie Lanery (Doux Joaillier), Sybille Savant (Hermès) et Nathalie Duchesne (COTE).



Dominique et Laetitia Brenac (Prestige Auto Nissan).



Éric Carra (Longchamp), Nathalie Duchesne (COTE) et Maria Obam-Di Monte.



Déborah Bruno (Bijouterie Frojo) et Michel Franca (COTE).

COTE à la plage Les Palmiers à St Tropez
Le 22 avril COTE recevait ses partenaires et amis autour d'un déjeuner, servi dans le cadre idyllique de la plage des Palmiers, Pampelonne. Celine Pech



Michel Franca (COTE), Susan Valente (Bijouterie Frojo), Barbara Moons (Christian Dior), Philippe Marsala (Bijouterie Frojo).



L'équipe COTE : Jacques Maguereu, Barbara Mazzone, Kan Sperber, Nathalie Duchesne, Michel Franca, Catherine Sarachmann, Nathalie Marmi et Claude Henri Menu.

TROMBINOS
COTE

147



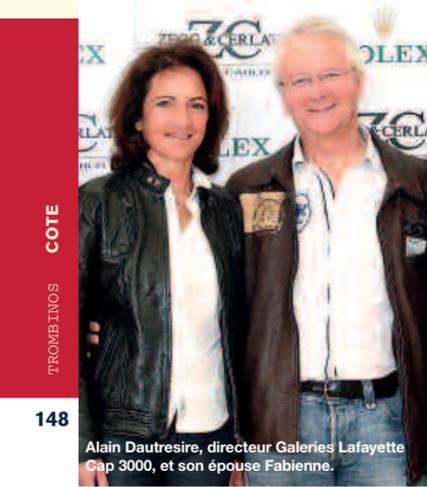
Michel Colomes, directeur adjoint du Point, France Kamm (Rolex France), Monsieur Philippe Schaeffer, directeur général de Rolex France et Evelyne Colomes.

Colonel John Jayet, aide de camp de S.A.S. le Prince Albert II de Monaco, Bruno Meier, Président de la direction de Rolex S.A., S.A.S. le Prince Albert II de Monaco et Arnaud Boetsch (Rolex S.A.).

Mme Galbiati et Carlo Cerlati (Zegg & Cerlati).

Arnaud Boetsch (Rolex S.A.), Justine Henin, Patrick Poivre d'Arvor.

Carlo Cerlati (Zegg & Cerlati) et Tina Zegg (Zegg & Cerlati) avec M. et Mme Dabbah, M. Salanitra, M. et Mme Borgheresi et M. Becchi.



Alain Dautresire, directeur Galeries Lafayette Cap 3000, et son épouse Fabienne.

M. et Mme Salanitra.

M. et Mme Graef.

M. et Mme Romanes.

M. et Mme Sébastien De Massy et Carlo Cerlati (Zegg & Cerlati).

M. et Mme Leandri.

Tina Zegg (Zegg & Cerlati) et Ivan Ljubicic (joueur).



Lara Fossat (Hôtel Yaktsa), Catherine Duponchel (COTE), Domenico Biamonti (Hôtel Le Saint-Paul), Anne Leroy (Hôtel 3.14) et Antoinette Cabot (Orion immobilier).

Tina Zegg (Zegg & Cerlati) et Carlo Cerlati (Zegg & Cerlati) entourant M. et Mme Lecourt.

M. Galbiati et Tina Zegg (Zegg & Cerlati).

Olivier Zegg, Hubert Zegg, Mme et M. Maria.

Hari Salaam, Nancy Dotta (Agence Victoria), Philippe Schaeffer, directeur général de Rolex France, Mme Salaam, et Michel Dotta.



Madame Proust, Nancy Dotta (Agence Victoria), Christiane Stahl (Palais Princier), France Kamm (Rolex France) et Isabelle Forget.

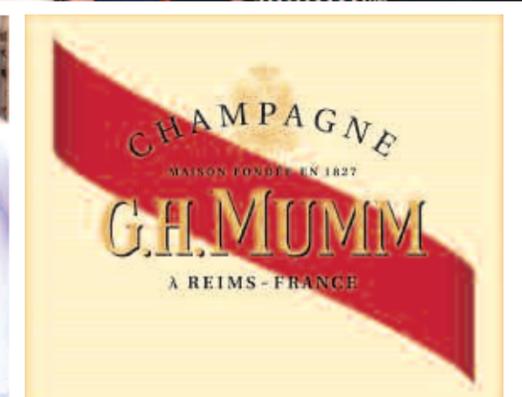
Carlo Cerlati (Zegg & Cerlati), Mme et M. Levy-Soussan, Mme Mondet et M. Campana (A.M.A.D.E. MC).

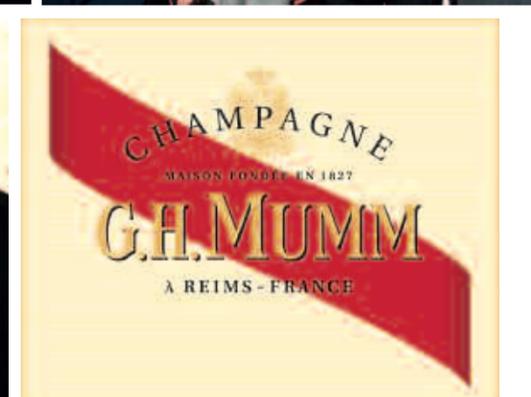
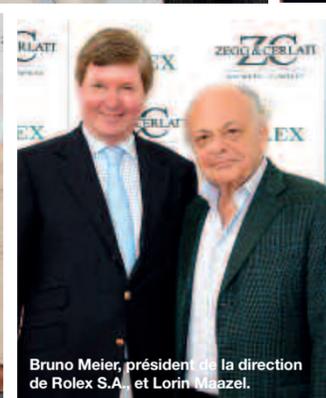
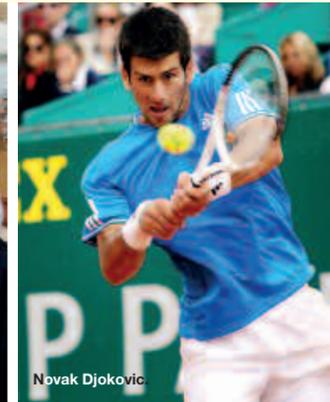
Guy Forget et Sylvie Rudawer (COTE).

Succès total pour le Monte-Carlo Rolex Masters
Partenaire photo de l'espace VIP, COTE a pu convier des invités privilégiés au Monte-Carlo Rolex Masters qui ont rejoint le cercle des personnalités accueillies par Rolex sponsor titre du tournoi et par la boutique Zegg & Cerlati de Monaco, rendez-vous international de la haute horlogerie-joaillerie. Autour du sport, on a pu savourer d'excellents moments, en compagnie des plus grands joueurs du monde et des VIP venus les acclamer.
Claude Charvin



Arnaud Boetsch (Rolex S.A.), S.A.S. le Prince Albert II de Monaco, Patrick Poivre d'Arvor et Guy Forget.







Axel Hoppenot (Monte-Carlo SBM), Roger Federer et Arnaud Boetsch (Rolex S.A.)



44/ Tina Zegg (Zegg & Cerlati), Maître Bertrand Gros, Président du Conseil d'Administration de Rolex S.A., Roger Federer, Carlo Cerlati (Zegg & Cerlati), Mirka Federer, Bruno Meier, président de la direction de Rolex S.A., et Hubert Zegg.



M. Claret, Erik Paolino (Zegg & Cerlati), Mme Claret.

TROMBINOS COTE

152



Roger Federer, Mme Giraudi et Frédéric Fetterlein.



Tina Zegg (Zegg & Cerlati), Maître Mullot et son épouse et Hubert Zegg.



M. Besozzi, Roger Federer et Mme Besozzi.



M. Muhlberger, Roger Federer, Arnaud Boetsch (Rolex S.A.) et Frédéric Fetterlein.

PAO HAUTE QUALITÉ - CERTIFICATION COULEUR EUROPÉENNE

Infographie
Création / Mise en page

Mise aux normes
Sécurisation Tiff-It / PdfX

Épreuve Certifiée
Type Cromalin : Fogra

Numérisation
Grand format 520x320mm

Chromie
Retouche d'images

FTP 24/7
FOGRA 39
PRIX TRÈS COMPÉTITIFS
DEVIS SANS ENGAGEMENT

www.securitcom.fr
06 98 10 04 16 & 06 99 45 55 36
celine@securitcom.fr & nicolas@securitcom.fr
13 allée des Imprimeurs - 06700 St-Laurent-du-Var

VOTRE SECURITE, NOTRE METIER
YOUR SECURITY, OUR SPECIALITY
TROIS SECTEURS D'ACTIVITE
THREE DEPARTMENTS
MONACO | FRANCE | INTERNATIONAL

[SECURITY CONTACT]
POUR L'ACCOMPAGNEMENT ET LA PROTECTION DES PERSONNES.
FOR BODYGUARD SERVICES.

[SECURITY CORPORATE]
ASSURERA LA SECURITE ET LE GARDIENNAGE DE TOUTS VOS SITES
AINSI QUE DE TOUTES VOS MANIPULATIONS.
FOR THE SURVEILLANCE AND SECURITY OF PREMISES AND EVENTS.

[SECURITY CONCEPT]
CENTRE DE FORMATION / TRAINING CENTRE

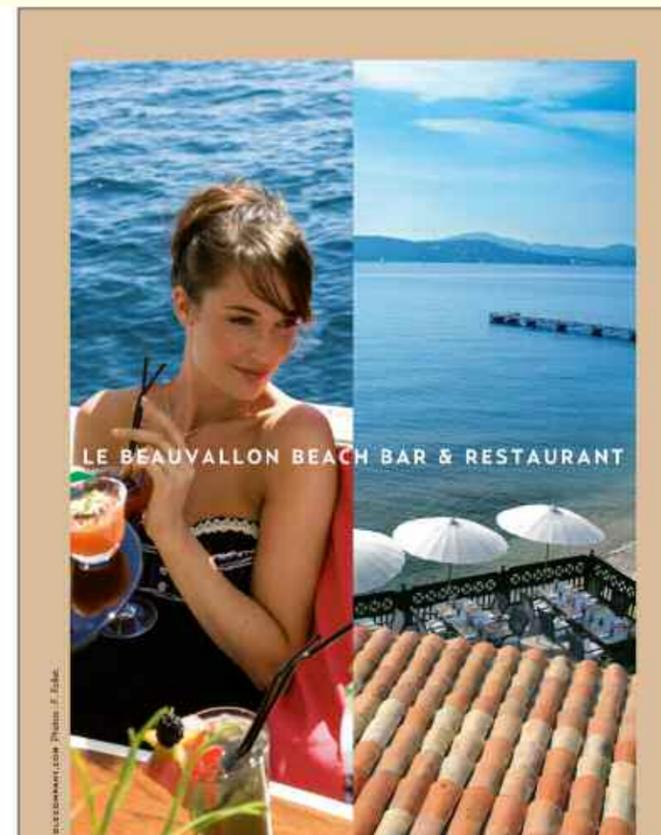
Tél. +33 4 93 56 20 70 / Fax +33 4 93 56 37 59
info@scsecurity.net / www.scsecurity.net



Mme Giraudi, Mme Stahl, M. Giraudi et Mme Muhlberger.



Tina Zegg (Zegg & Cerlati) entourée d'amies.



LE BEAUVALLON BEACH BAR & RESTAURANT

photoshutter.com Photos: F. Fische

UN LIEU MYTHIQUE,
DES SAVEURS UNIQUES

Pour son ultime saison "les pieds dans l'eau", cet emblématique établissement vous accueille pour déjeuner ou dîner en contemplant la Baie de Saint-Tropez. La carte proposée cet été évoque les meilleurs souvenirs culinaires des dernières saisons du Beauvallon Beach Restaurant.

Bar, plage privée, navette bateau pour St-Tropez.
Réservation conseillée au 04 94 55 78 22

Le Beauvallon
RD 559, BEAUVALLON GRIMAUD
85120 S^m Maxime - 04 94 55 78 88
www.hotel-lebeauvallon.com

L'HÔTEL LE BEAUVALLON EST ACTUELLEMENT EN TRAVAUX.
LE NOUVEL HÔTEL LE BEAUVALLON VOUS ACCUEILLERA DÈS LE PRINTEMPS 2010.

TROMBINOS COTE

153

OUVERTURE 10 JUIN 2009

CASINO DE CAGNES-SUR-MER



JEUX | RESTAURANTS | SPECTACLES | SOIRÉES PRIVÉES

421 Avenue de la Santoline - ZAC Sudalparc - 06800 Cagnes-sur-Mer - Tél. : 04 92 27 14 40 - www.casinoterrazur.com

Conformément à la réglementation en vigueur, l'accès aux salles de jeux du Casino est interdit aux mineurs et soumis à la présentation d'une pièce d'identité en cours de validité. N° de licences spectacles : Cat.1 : 1021285 - Cat.2 : 1021286 - Cat.3 : 1021287. Conception GIE Casinos Conseil & Service - RCS Bobigny C 481 481 972. Crédits photos : Fotokis (Paris Arcos).



Bernard Stumpf, David Dellamonica, René (Ravel) Traiteur, Marc Vasseur, Françoise Gounot (Villa Kelly), Jérôme (Ravel) Traiteur, Norbert Iborra, peintre et sculpteur, et Hilenia.



Errilie Cordaro (Villa Kelly), Rose-Marie Lopicollo (Sagec), Bernard Stumpf, Carole Paoli, Marc Vasseur, David Dellamonica, Françoise Gounot (Villa Kelly), Norbert Iborra, peintre et sculpteur, Hilenia, Anni, Norbert (Villa Kelly) et Karine Arcas (Sagec).



Une sculpture de Norbert Iborra.



Cécile Clément, Christophe Acker (Sagec), Françoise Gounot (Villa Kelly), Philippe Clément, Carole Paoli, Hilenia et Norbert Iborra, peintre et sculpteur



Sylvie et Fatiha (Fleurs Rive Gauche)



Brigitte Garcin (Déco-Smart) et Françoise Gounot.



Françoise Gounot, Pascale Mineur-Pastorelli, représentant la mairie de Cannes, Norbert Iborra et Hilenia.



Carole Paoli, Armen Armand Pesh-Dikian, Daniel Dantzikian et Noémie.

Vernissage à la Villa Kelly à Cannes

Prestigieuse soirée, le 5 mai, à la Villa Kelly à Cannes, pour le vernissage de l'exposition d'art de Norbert Iborra 2009, dessins, peintures et sculptures. L'expo s'est tenue les 5, 6 et 7 mai. La vente des tableaux s'est poursuivie jusqu'à 19h. Rendez-vous aux 04 92 27 14 40 ou 06 20 784 138. Norbert Iborra crée une partie des revenus de ses ventes de recherche médicale. Cette année, les bénéfices seront versés à l'Institut Curie en l'honneur de son 100^{ème} anniversaire.

Par Claude Charvin



Marc Vasseur, Françoise Gounot (Villa Kelly), Norbert Iborra, peintre et sculpteur, et Hilenia.



Françoise Gounot entourée de Hilenia et Bruno Oger.



LE MOOREA
 Port Saint Laurent
 06700 Saint Laurent du Var
 04 93 31 05 05



Le Moorea

Marcel et Karine Marro, un père et sa fille, deux générations à l'origine de deux adresses cultes du paysage gastronomique azurien, le Moorea et le Grand Balcon.

LE GRAND BALCON
 10 rue Saint François de Paule
 06000 Nice
 04 93 62 60 74



Le Grand Balcon

G.H.MUMM



Trombinos
COTE

Photos supplémentaires sur www.cotemagazine.com



1/ Olivier Thibault, district manager France Ralph Lauren et Nicolas Clements, brand manager Europe Watch & Jewelry Ralph Lauren.



2/ M. et Mme Leprince, et Christian Bonnamour (Ralph Lauren).



3/ Benedikt Von Appel, Catherine Sarachmann (COTE) et Arnaud Legrand (Ermegildo Zegna)



4/ M. et Mme Rempel.



5/ Marc Garrido, chef concierge Radisson SAS Nice, Roger Bastoni, chef concierge hôtel Majestic à Cannes et Nicolas Clements, brand manager Europe Watch & Jewelry Ralph Lauren.



6/ Stéphane Fanciulli, chef concierge Inter Continental Carlton Cannes.

Shopping privé chez Ralph Lauren à Cannes (1 à 4)

Soir e priv e et tr s r ussie la Ralph Lauren de Cannes, le 16 avril nier. Les invit s ont pu d couvrir velles collections de la c l bre g am ricaine et faire leur shopping, d?un cocktail. ' Pierre-Michel Soa

Ralph Lauren accueille les Clés d'Or (5 à 7)

Le 17 avril, la boutique Ralph Lau Cannes a convi l'Association des d'Or de la C te d'Azur un cockta l'amiti . Cette rencontre devrait les contacts et la collaboration e grande marque US et les h tels azu

Top Marques au sommet (8 et 9)

Du 16 au 19 avril, au Grimaldi For Monaco, s'est tenu le Salon Top Marques qui s'est affirmé comme l'un des r vous incontournables des fabricant des amateurs de belles voitures. C l'an dernier, le salon a accueilli de grandes marques horlog res et de grandes e seignes de diffusion, l'instar d tique Zegg & Cerlati de Monte-Carl ' Claude Charvin

Erratum

Une erreur s'est gliss e dans notr nier num ro, Karine Tchikaloff est directrice de la boutique Lancel Cannes Lancel Nice.



7/ Pascale Ruel, store manager Ralph Lauren Cannes, Marc Garrido, chef concierge du Radisson SAS Nice, et son épouse.



8/ Tina Zegg et Carlo Cerlati avec David Elhayani (Ferrari Engineered by Officine Panerai), Gael Porte (J.W.G.), Sunjita Dharamsey (Hublot), Pierre Mancare (Richard Mille), Jean Yves El Martino (Vacheron Constantin)



9/ Tina Zegg et Carlo Cerlati entourés des mannequins du défilé Ruby portant les montres Zegg & Cerlati et Hublot.





Jérôme Saliceti et Marion Martin.



Laetitia Maccoli, Auguste Vérola, Christian Arbilli, sales & marketing (Tourbillon), Docteur Jean-Jacques Segall et Alain Tranoy-Moirand.



Eric Simonnet, architecte, Giorgio Apicella, architecte Archimed.



Corinne et Jean-Luc (Parcs enchères), Nicolas Boyer (Château Salette), M. Frojo et Lucette Zinani, directrice de la Tartane Saint Amour.



2/ L'équipe de la bijouterie Frojo : Mme Édouard Frojo, Susan Valente, Philippe Marsala, Déborah, et Édouard Frojo.



Maître Nicolas Hennequin, Maître Charlene Colombain, Henri Perrot, directeur boutique Montblanc Nice, Jérôme Saliceti et Marion Martin.



Déborah Leprince et Fabio Bernardini.



Marco et Evelynne Boccotti, store manager Bulgari Cannes.



3/ Mme et M. Edouard Frojo.



4/ L'équipe d'Arthys : Céline, Cyril, Emilie, Dylan, Jean-Marc et Elodie.



Louis et Françoise Revol, Michel Adé, directeur général Montblanc France, M. et Mme Shangen.



Elisabeth Prinot, Evelynne Boccotti, store manager Bulgari Cannes et Nathalie Marmi (COTE).



Franck Heraudet, manager boutique Tourbillon, Aude Boullier (Tourbillon).

Soirée Frojo à Saint-Tropez (1 à 3)

Le 23 avril, l'horloger joaillier Frojo organisait un cocktail d'intention des commerçants et des personnalités troiziennes. En prélude de la saison 2009, les invités ont pu apprécier les agréables installations de la boutique Frojo, place de la Garonne, qui présente les plus belles marques, dans un environnement aussi luxueux que convivial.

Soirée Arthys au Quai Joseph (4)

En vue de largir son activité de Saint-Tropez, l'agence de communication Arthys a organisé sa promotion au Quai Joseph avec le partenaire en vin Gilardi, le 7 avril. Autour d'un cocktail de bienvenue, elle a convié les Troiziens et les dirigeants d'entreprise à découvrir l'agence et son quip.

Soirées Privilège Carita au Carlton de Cannes (5 à 7)

Les 7 et 8 mai derniers, l'Espace Beauté Carlton by Cap Croisette organisait deux soirées autour du tout nouveau produit anti-âge de Cap Diamant de Beauté. Lors de ces soirées, les invités ont pu bénéficier d'une remise privilégiée de 10% sur leurs achats de produits. Merci à Michel Soavi



5/ Jean-François Maes (Cap Croisette), Mme Leroux, Jean-Pierre Juan (Carita) et Joël Guilbert (Cap Croisette).



6/ Najiss Falcoz (Carlton Intercontinental) et Jean-François Maes.



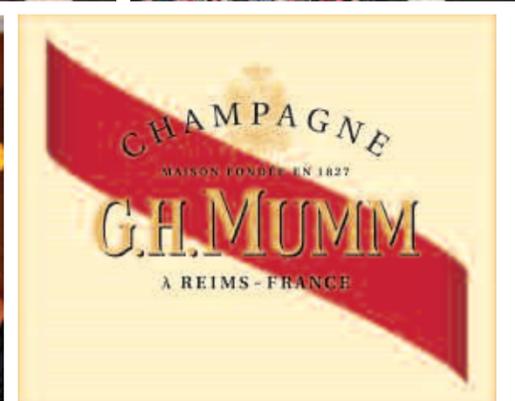
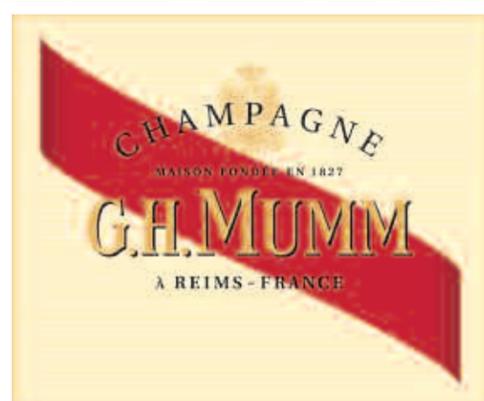
7/ Jean-François Maes (Cap Croisette) entourée de Mme Petrenko (à droite) et d'une amie.

Montblanc inaugure sa boutique niçoise

Le 5 mai, Montblanc avait convié ses clients et ses collaborateurs à l'inauguration de sa nouvelle boutique niçoise, située au 2 avenue de Verdun. En présence de Michel Adé, directeur général de Montblanc France, et de Henri Perron, directeur de la boutique de Nice, une nombreuse assistance a pu découvrir les magnifiques installations ainsi que les dernières créations Montblanc, stylos, bien sûr, la maroquinerie, les accessoires, mais aussi les créations de joaillerie et les montres, notamment celles de la collection Villeret, l'horloger de la Maison. Merci à Claude Chav



Ambiance.



KEISUKE MATSUSHIMA

L'autre façon de visiter les saveurs de la Méditerranée,
la cuisine japonice®

35 euros

le déjeuner et le dîner
entrée plat dessert au choix



T. 04 93 82 26 06
22 ter, rue de France | Nice
www.keisukematsushima.com

bernard.allane@gmail.com

G.H.MUMM



Trombinos
COTE

Photos supplémentaires sur www.cotemagazine.com



1/ André et Corinne (The Passion) et Dj Jack-E.



2/ Dj Max (The Strand), Paul, Jean-Philippe et Célia.



3/ Laure (The Strand) et Philippe (Immobilier Services).



4/ Marylène (Bijoux Dunia), Julien (Daniel Crémieux), Elodie, Marine (boutique Battaglia) et Laurent (Maison Ocoa).



5/ Marc Tremel (Golf de Cagnes-sur-Mer) et Jean-Pierre (Les Halles Tropiziennes).



6/ Vincenzo Coppola (Già Armani).



7/ Paul, Caroline Barclay et le Dj Jack-E.



8/ Xavier Fuller (Stuart Weitzman) et Krystina Martin Steen (Christian Dior et Emilio Pucci).



9/ Valentine Roy et Stéphane Le Gral.

Saint-Tropez : l'été s'invite au Strand (1 à 4) et au Café de Paris (5 à 11)

La saison d'été commence avec l'ouverture de deux restaurants incontournables de la presqu'île. C'est le Café de Paris qui a ouvert le bal le 2 avril, dans sa nouvelle version by Paul et Jack-E. Une semaine plus tard, The Strand, le restaurant bar lounge de la rue du Petit Bal, réunissait tout le gotha tropzien pour une soirée very hype !
Celine Pech



10/ Claude Maniscalco, directeur de Saint-Tropez Tourisme, et son épouse, et Catherine Duponchel (COTE) à droite.



11/ Fabien, Célia et Paul.

TROMBINOS
COTE

161



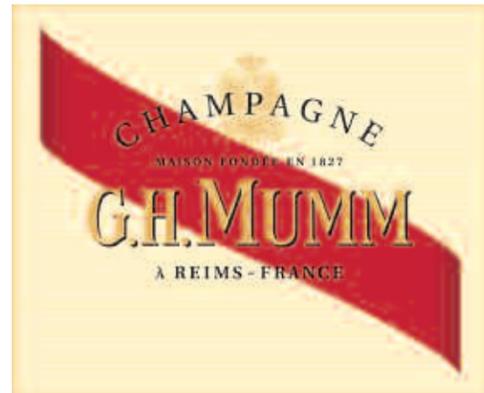
JIKI



Avant-première des Sony World Awards de la Photographie (1 à 3)
 Le 14 avril 2009, Cannes Prestige qui regroupe plus d'une vingtaine de boutiques de prestige du centre de Cannes, et COTE Magazine ont convié leurs amis et clients à la soirée de lancement des Sony World Awards de la Photographie qui se sont tenus cette année le 14 au 19 avril, au Palais des Festivals de Cannes. Claude Charvin

Expo Rolex chez Ferret à Cannes (4 et 5)
 Le 7 mai dernier, Ferret Joaillerie La Croisette Cannes, a inauguré une exposition de montres Rolex qui doit durer jusqu'au 26 septembre.

Le Bastion fête ses un an (6 à 8)
 Premier anniversaire pour le restaurant Le Bastion Antibes qui fête l'événement, le 5 mai, au cours d'une soirée.



PARMIGIANI

HAUTE HORLOGERIE AUTHENTIQUE

LA COLLECTION
PERSHING



En vente exclusive

BOUTIQUE FERRET-PARMIGIANI

Grand-Hôtel du Cap-Ferrat, boulevard du Général de Gaulle 71, Saint-Jean Cap-Ferrat
Tél. +334 93 76 50 24, ferretghc@ferretsas.fr

JOAILLERIE FERRET

Hôtel de Paris, place du Casino, Monaco
Tél. +377 97 70 58 48, ferret@libello.com

PARMIGIANI FLEURIER SA • SUISSE

WWW.PARMIGIANI.COM

