

# L'OFFICIEL

MAROC



N° 145  
WWW.LOFFICIELMAROC.MA

AMTD 2024

## MODE

Le top 5 des  
nouveaux D.A.

## FOOD

Zineb Hattab,  
star du vegan

## CINÉMA

La résilience  
par l'art de  
Farah Nabulsi

## RESORT

Bien-être durable  
à Paradis Plage

## COVER

Touriya Haoud,  
beauté sereine

*Tendances, skincare, lifestyle...*

# BE WELL !



Une Ladybird est pour l'éternité.

Intégrant les mouvements mécaniques les plus raffinés, la Ladybird reflète notre avant-garde dans l'histoire des montres féminines. Elle incarne notre passion pour l'extraordinaire.

**PASSION**  
HAUTE JOAILLERIE & HORLOGERIE

83, rue Moussa Ben Noussair - Casablanca  
Tél. +212 522 47 00 08

\*Il y a une part d'éternité en chaque Blancpain | Étreint par la passion

# THERE IS ETERNITY IN EVERY BLANCPAIN\*

Embraced by passion.

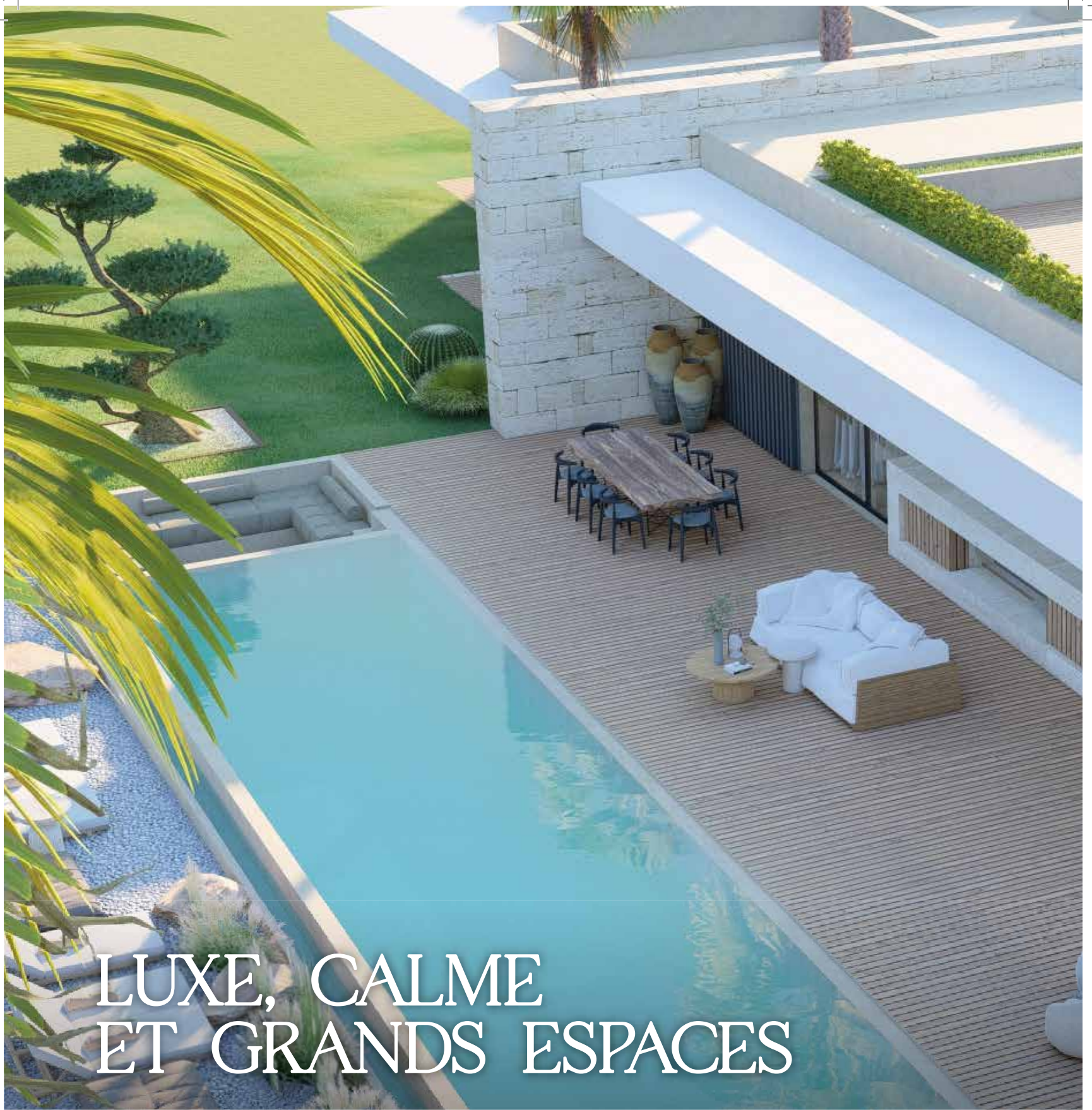
*Ladybird*  
Colors



IB  
1735

## BLANCPAIN

MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE



LUXE, CALME  
ET GRANDS ESPACES

MARRAKECH

BELL'VIEW

Luxury Villas



SCAN ME



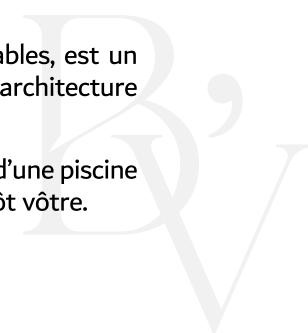
## Des villas d'exception à partir de 7,5 MDH

(Superficie "terrain" à partir de 1100 m<sup>2</sup>  
et superficie habitable à partir de 330 m<sup>2</sup>)

Niché dans un écrin prestigieux, Bell'View, avec ses 16 luxueuses villas exclusives et personnalisables, est un concept qui redéfinit les standards du luxe pour créer des espaces de vie sublimes par une architecture ultra-moderne et une vue à couper le souffle sur les cimes enneigées de l'Atlas.

Des intérieurs aux volumes généreux aux confins d'un vaste jardin stylisé, en passant par les abords d'une piscine sublime ou les hauteurs d'un rooftop sous les étoiles, ce monde, unique et inspirant, sera bientôt vôtre.

Km 4 route d'Amizmiz - Marrakech | Contact : +212 6 68 01 84 82



# L'OFFICIEL

## ÉDITO

TEXTE La Rédaction

## LOVE AFFAIR

TEXTE Laure Ambroise

## LE "VOYOU CHAIN" DE

GIVENCHY

TEXTE Laure Ambroise

## ÉGÉRIE MODE

TEXTE Hugues Roy

## POINT FINAL

TEXTE La Rédaction

## TOP 5 DES NOUVEAUX

DIRECTEURS ARTISTIQUES

TEXTE Laure Ambroise

## POLA POP

TEXTE Baptiste Piégay

## EXTÉRIEUR DESIGN

TEXTE La Rédaction

10

12

14

16

17

18

22

23

14



18

## VEGAN SUPERSTAR

TEXTE Silvia Frau

## RÉSILIENCE ARTISTIQUE

TEXTE Lisa Cherifi

## FIL ROUGE

TEXTE Laure Ambroise

24

26

28



28

# L'OFFICIEL

Cetaphil

**SENSITIVE SKIN  
AWARENESS MONTH**



**48h**  
d'hydratation  
continue

DE LA PEAU SENSIBLE  
**5**  
SIGNES

# L'OFFICIEL

## SOINS PEAU SENSIBLE

TEXTE La Rédaction

## TRÉSORS ROMANTIQUES

TEXTE Aïcha Tazi

## MUST ÉTERNEL

TEXTE Silvia Frau

## PIÈCES ICONIQUES

PHOTOGRAPHIE Mattia Iotti

STYLISME Alessandra Faja

## BEAUTÉ SPIRITUELLE

PHOTOGRAPHIE Mounji Saghirou

TEXTE Hugues Roy

## LIBRE EXPRESSION

PHOTOGRAPHIE Camellia Menard

STYLISME Étienne Jeanson

## DIALOGUES D'ARCHIVE

TEXTE Laure Ambroise

29

30

31

32

40

48

60



## L'EXERCICE DE STYLE DE HALLEROED

TEXTE Laure Ambroise

## LE BIEN-ÊTRE DURABLE

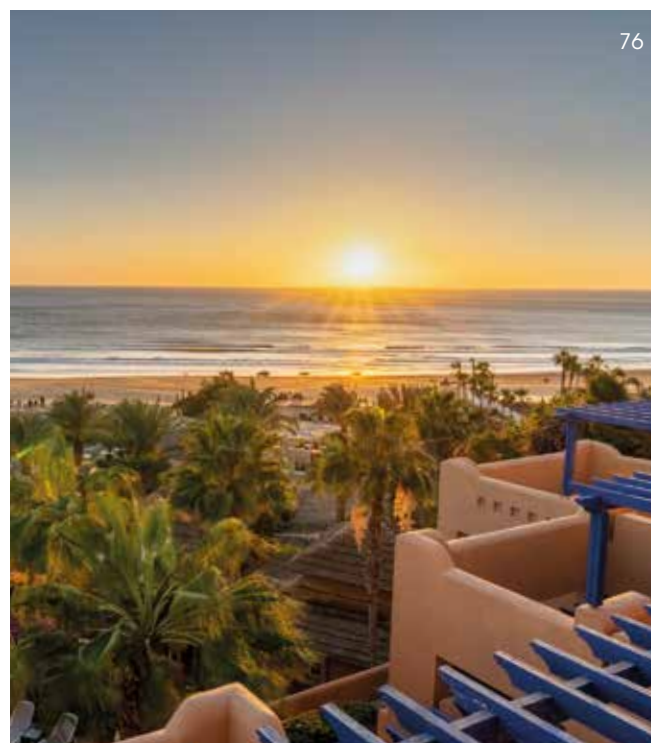
TEXTE Hugues Roy

## CARNET D'ADRESSES

70

76

80



# L'OFFICIEL





**ST REGIS**  
LA BAHIA BLANCA • TAMUDA BAY

# Un séjour raffiné au bord de la méditerranée

Le St. Regis La Bahia Blanca Resort est la nouvelle adresse exclusive de Tamuda Bay. Situé sur une plage de sable blanc, le resort offre de nombreux atouts:

- Brasserie Baie Blanche par le chef Salim Aït Ezzine
- Restaurant de plage Bahia Vista par le chef Salim Aït Ezzine
- Spa St. Regis, salles de massage face à la méditerranée
- Chambres & Suites face à la méditerranée

*Pour réserver, veuillez s'il vous plait appeler le +212 539 60 60 60 ou par email: [sr.ttubb.reservation@stregis.com](mailto:sr.ttubb.reservation@stregis.com)  
267 Route Fnideq Restinga, Fnideq, 93200, Maroc  
[www.stregislabahia blanca.com](http://www.stregislabahia blanca.com)*



# L'OFFICIEL

AMTD 尚乘 *IDEA*

## GLOBAL

CHAIRMAN  
Dr. Calvin Choi

CHIEF FINANCIAL OFFICER  
Xavier Zee

CHIEF EXECUTIVE OFFICER  
Benjamin Eymère

DEPUTY CHIEF EXECUTIVE OFFICER  
Maria Cecilia Andretta

CHIEF OF STAFF  
Ken Lo

CHIEF CONTENT OFFICER  
Giampietro Baudo

CHIEF REVENUE OFFICER  
Anthony Cennamo

CHIEF CONTROL OFFICER  
Inez Lee

CHIEF MARKETING OFFICER  
Flavia Benda

### GLOBAL EDITORIAL TEAM

EDITORIAL COMMITTEE  
Giampietro Baudo  
Caroline Grosso  
Jennifer Eymère

CASTING DIRECTOR  
Jennifer Eymère

CASTING, PRODUCTION & BOOKING  
Joshua Glasgow

GRAPHIC TEAM  
Giulia Gilebbi - Art direction

EDITORIAL MANAGING TEAM  
Laure Ambroise, Sara Ali, Jeanne Propeck

EDITORIAL CONTENT AND ARCHIVES  
Giulia Bettinelli

### INTERNATIONAL AND MARKETING

MANAGING DIRECTOR (ASIA)  
Denise Lau

DIRECTOR INTERNATIONAL LICENSES,  
BUSINESS DEVELOPMENT  
& BRAND MARKETING  
Flavia Benda

HEAD OF DIGITAL PRODUCT  
Giuseppe de Martino Norante

DIGITAL PROJECT MANAGER  
Babila Cremascoli

EXECUTIVE ASSISTANT  
Giulia Bettinelli

### GLOBAL SALES

MANAGING DIRECTOR SALES FRANCE  
Robert D. Eisenhart III

MANAGING DIRECTOR SALES ITALY  
Carlotta Tomasoni

### FINANCE AND ADMINISTRATION

FINANCE DIRECTOR FRANCE  
Thierry Leroy

HR MANAGER  
Émilie Étienne

ACCOUNTING MANAGER  
Éric Bessenian

L'OFFICIEL  
IS AN AMTD GROUP COMPANY

FOUNDERS  
GEORGES, LAURENT  
ET ULLY JALOU (†)

PUBLISHED BY L'OFFICIEL INC

HEAD OFFICE :  
27-29 RUE BASSANO, 75008  
PARIS

WWW.LOFFICIEL.COM

CONTACT:  
ENQUIRIES@LOFFICIEL.COM

## MAROC

# L'OFFICIEL

MAROC  
AMTD *IDEA*

DIRECTEUR GÉNÉRAL ET DE LA PUBLICATION  
Mohamed Laraki  
m.laraki@geomedia.ma

### RÉDACTION

RÉDACTEUR EN CHEF  
Hugues Roy  
h.roy@geomedia.ma

RESPONSABLE ARTISTIQUE  
Fatima-Zahra Abkari  
f.abkari@geomedia.ma

CONTRIBUTEURS  
PHOTOGRAPHES  
Mattia Iotti, Camellia Ménard,  
Mounji Saghirou

RÉDACTEURS  
ET COLLABORATEURS  
Laure Ambroise, Lisa Cherifi,  
Alessandra Faja, Silvia Frau,  
Étienne Jeanson, Baptiste  
Piégay, Aicha Tazi

### PUBLICITÉ

MANAGER PÔLE MÉDIA  
Loubna Ridaoui  
l.ridaoui@geomedia.ma

DIRECTRICE MARKETING  
Camelia Tazi Saoud  
C.tazi@geomedia.ma

RESPONSABLE ADMINISTRATION DES VENTES  
Meryem Ourara  
contact@geomedia.ma

### DÉPARTEMENT ADMINISTRATION ET FINANCES

RESPONSABLE CRÉDIT MANAGEMENT  
Laïla Laamal  
l.laamal@geomedia.ma

RESPONSABLE FINANCIER  
Fayçal Ferdaous  
f.ferdaous@geomedia.ma

AGENT DE RECouvreMENT  
Taha Mourad

### BUREAUX DE L'OFFICIEL MAROC

Groupe Geomedia  
7, rue des Tourterelles, Riviera  
Casablanca - Maroc.  
Tél. : 05 22 22 18 59/79/92

### AUTRES PUBLICATIONS DU GROUPE GEOMEDIA

L'Officiel Maroc, L'Officiel Hommes Maroc,  
L'Officiel Déco-Design, L'Intégrale Caftans,  
L'Intégrale Joaillerie Horlogerie, L'Officiel  
Premium Hôtels

### SITE INTERNET

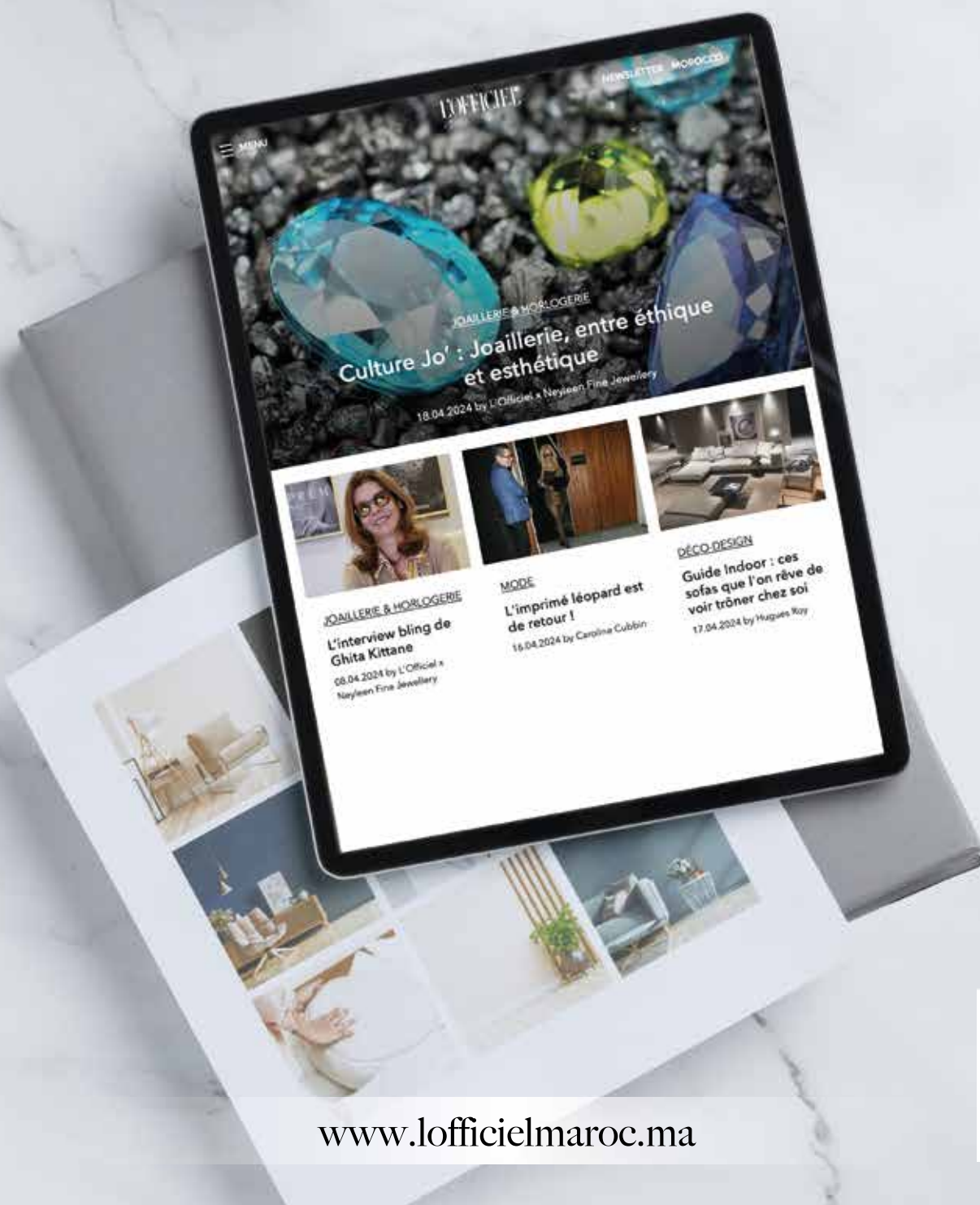
www.jalougallery.com/www.lofficiel.ma  
Dossier de presse : 16/09  
Dépôt légal : 2009 PE0066  
ISSN : 2028-0386  
Imprimé par Idéale  
Distribué par Sochepress  
L'Officiel Maroc est une publication  
du Groupe Geomedia

### ÉDITIONS INTERNATIONALES

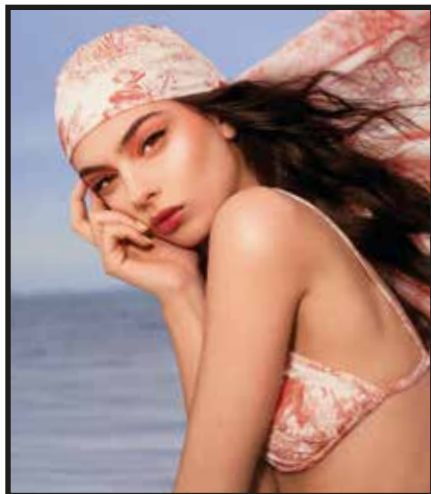
L'Officiel Paris, L'Officiel Hommes Paris, L'Officiel Art Paris, La Revue des Montres Paris, L'Officiel Argentina, L'Officiel Austria, L'Officiel Baltic, L'Officiel Belgium, L'Officiel Hommes Belgium, L'Officiel Brasil, L'Officiel Hommes Brasil, L'Officiel Chile, L'Officiel China, L'Officiel Hommes China, L'Officiel French Riviera, L'Officiel Ibiza, L'Officiel Italia, L'Officiel Hommes Italia, L'Officiel Art Italia, L'Officiel Korea, L'Officiel Hommes Korea, La Revue des Montres Korea, L'Officiel Latvia, L'Officiel Liechtenstein, L'Officiel Lithuania, L'Officiel Malaysia, L'Officiel Hommes Malaysia, La Revue des Montres Malaysia, L'Officiel Morocco, L'Officiel Hommes Morocco, L'Officiel Monaco, L'Officiel Philippines, L'Officiel Singapore, L'Officiel Hommes Singapore, La Revue des Montres Singapore, L'Officiel St Barth, L'Officiel Thailand, L'Officiel Hommes Thailand, L'Officiel Turkey, L'Officiel Hommes Turkey, L'Officiel Ukraine, L'Officiel Hommes Ukraine, L'Officiel U.S.A., L'Officiel Hommes U.S.A., L'Officiel Art U.S.A., L'Officiel Vietnam.

lofficiel.com, lofficiel.com.ar, lofficiel.at, lofficielbaltic.be, revistalofficiel.com, lofficieltalia.com, lofficiellibiza.com, lofficiellkorea.com, lofficiel.it, lofficiel.li, lofficiellmalaysia.com, lofficiellmexico.com, lofficiellmaroc.ma, lofficiellmonaco.com, lofficiellph.com, lofficiellstbarth.com, lofficiellsingapore.com, lofficiel.ch, lofficiellthailand.com, lofficiel.com.tr, lofficiel.co.uk, lofficiellusa.com, lofficiellvietnam.com

Votre dose **quotidienne de luxe**,  
à portée de main 



# L'EDITO



## UN TEMPS POUR SOI

Il y a eu les eighties marquées par la naissance de l'aérobic. La décennie suivante a vu l'émergence de méthodes plus douces prenant en compte la réalité du corps et basées sur l'écoute. Ce fut le succès de la thalassothérapie. Qu'on l'appelle bien-être ou wellness, la remise en forme s'est substituée ou ajoutée à toutes ces méthodes. Désormais, elle s'invite partout. Mais le premier luxe ne serait-il pas de refaire connaissance avec soi et de décrypter ses besoins ? Un luxe, s'il en faut, mais un luxe à portée de tous, qui commencerait par une simple hygiène de vie et de bonnes résolutions. C'est en substance ce que nous dit Touriya Haoud, en cover de ce numéro, qui vient de lancer sa ligne de bien-être et de soin. Des produits simples et clean pour le corps et la maison inspirés de la tradition marocaine, formulés pour

apaiser les sens et procurer une sensation de relaxation. Côté food, se faire du bien, à soi mais aussi aux autres, c'est aussi ce que nous dit la cheffe Zineb Hattab, la reine du végétal et sa cuisine healthy, durable et éthique. Une philosophie du self care qui s'exprime aussi en mode, où les tendances de saison prônent confort, affirmation de soi et plaisir esthétique. Enfin, le self care, c'est aussi le credo de Paradis Plage, près d'Agadir, un resort unique en son genre a fait du bien-être durable et du ressourcement intégral une authentique marque de fabrique. Bienvenue dans ce numéro pensé comme une forme d'appel à la reconnexion, à soi, au monde et à la nature.

— La Rédaction

En couverture : Touriya Haoud, photographiée par Mounji Saghirou, en cape et robe Siham Sara Chraïbi.



## Un havre de paix dans les terres de L'atlas



Oasis de sérénité au royaume Amazigh, Widiane resort allie luxe et traditions auprès du lac Bin El Ouidane.  
Élégance intemporelle et splendeurs naturelles s'y réunissent en un havre unique.  
Réfugié loin des terrestres agitations, chaque instant devient une expérience de douceur et de ressourcement.



Réservations et renseignements : [reservation@widiane.net](mailto:reservation@widiane.net) ou au +212 5 23 44 27 76 ou +212 6 66 65 48 95  
Adresse : Chemin du Lac Bin El Ouidane, route de Ouaouzerte, province d'Azilal, MAROC.

# L'NEWS



## LOVE *affaire*

C'est dans un décor *théâtral* que le designer *Demna* a présenté la collection *Balenciaga* été 2024 à la façon d'une déclaration *d'amour* à la mode.

Pour cette collection très personnelle, le designer s'est entouré de sa mère qui a ouvert le show et de son partenaire, le musicien BFRND, qui a fermé le podium en robe de mariée. Ont également défilé des collaborateurs et des amies, telles que la journaliste Cathy Horyn, son ancienne professeure à l'Académie d'Anvers Linda Loppa et, bien entendu, Isabelle Huppert. Celle-ci a prêté sa voix au défilé pour une lecture couture, lisant les instructions pour tailler une veste. Cette collection a présenté tout le vocabulaire de Demna avec des tailleurs rigides, des sweats à capuche et des jeans quadruples XL, des robes

plissées, des imprimés floraux et camouflage et des manteaux en cuir. Mais ce qui a particulièrement retenu notre attention, ce sont les accessoires : portefeuilles façon cartes d'embarquement, lunettes de l'espace, chaussures portées à la main comme des pochettes, cabas de supermarché en cuir, et un sac, le fameux Rodeo, doté d'un rabat intégré et dont certains modèles sont agrémentés de chaînes et de gris-gris coeurs. "*La mode doit être amusante*", a déclaré Demna en riant. C'est chose faite.

— *Laure Ambroise*

Photo DR

# L'NEWS

# ITALIENNE D'ÂME, MAROCAINE DE NAISSANCE



NOUVELLE FIAT TOPOLINO À PARTIR DE 84DHS/JOUR

75 KM D'AUTONOMIE POUR UNE CHARGE COMPLÈTE EN 4H / 100% ÉLECTRIQUE ET ZÉRO ÉMISSION DE CO2 À L'USAGE

PSF 115 900 DHS avec un premier loyer majoré de 23 100 DHS, durée sur 36 mois et 15 000 km.

[www.fiat.ma](http://www.fiat.ma)

**FIAT**

# L'NEWS

## *Le VOYOU de CHAIN Givenchy*

Silhouette en V, chaîne coulissante, signature *embossée*, ce nouveau sac de Givenchy est *l'obsession* de la saison.

Du modèle original, lancé il y a tout juste un an, on aime la silhouette généreuse en V, le hardware gravé signature, le style rive gauche, le porté désinvolte et l'allure nonchalante si parisienne qui font de lui aujourd'hui un incontournable de la maison Givenchy. Du Voyou, qui en est sa première réinterprétation, on adore sa chaîne coulissante à l'effet dégradé qui permet aussi bien de le porter à l'épaule, à la main ou version crossbody. On est fan des propositions de matières avec le cuir foulonné noir ou ivoire, le denim délavé, le suède noisette ou le cuir métallisé argenté. Et on aime son côté pratique avec sa poche zippée. En d'autres termes, on veut tout simplement le porter.

— *Laure Ambroise*

# L'NEWS





ANFAPLACE  
LIVING RESORT



Livraison immédiate

## DES APPARTEMENTS RÉSIDENTIELS **HAUT STANDING**

À PARTIR DE

**3 MDH**



📍 CENTRE COMMERCIAL ANFAPLACE, BD DE LA CORNICHE, CASABLANCA

☎ +212 5229-44068

🌐 [www.anfaplace.com](http://www.anfaplace.com)



# ÉGÉRIE *mode*

*Deva Cassel*, la fille de Monica Bellucci, brille par son *aura* magnétique, et rejoint le *cercle* très privé des *ambassadrices* internationales de la maison *Dior*.

Deva Cassel est la nouvelle ambassadrice des créations mode de la directrice artistique des collections féminines de Dior, Maria Grazia Chiuri, mais également le nouveau visage du maquillage Dior signé par son directeur de la création de l'image, Peter Philips.

Née à Rome en 2004, Deva Cassel a grandi entre la France, l'Italie et le Brésil. Polyglotte, elle ne parle pas moins de cinq langues et développe très tôt une grande sensibilité pour les arts, héritée de ses parents Monica Bellucci et Vincent Cassel. Elle se passionne pour le chant, la peinture et prend

des cours de théâtre dès son plus jeune âge. Sa fibre artistique naturelle la pousse également à s'intéresser au monde de l'image qu'elle découvre et explore à travers le prisme de la mode. La jeune femme débute ainsi une carrière de mannequin à l'âge de 16 ans. Rapidement en couverture des plus grands magazines internationaux, elle foule les podiums des fashion weeks et compte dès lors parmi les tops les plus en vue.

—la Rédaction

Photos DR



# POINT *final*

Contre toute attente, le créateur italien *Pierpaolo Piccioli* à la tête de la maison *Valentino* depuis 2008, a annoncé son *départ* dans un communiqué.

La mode bouge. Quelques jours seulement après l'annonce du départ de Dries Van Noten de sa maison éponyme, nouvelle surprise sur le mercato des directeurs artistiques : Pierpaolo Piccioli, qui concevait les collections de la maison romaine Valentino depuis 2008 (jusqu'en 2016 avec Maria Grazia Chiuri, depuis partie chez Dior, puis seul) quitte son poste. C'est la fin d'une aventure de 25 ans pour le natif de la ville côtière de Nettuno, qui n'a pas encore révélé de quoi son avenir sera fait. Après une expérience chez Fendi dans les années 1990, l'Italien rejoint Valentino pour s'occuper des accessoires. Un succès qui pousse la direction à lui confier les rênes de la création en 2008, en binôme avec une autre Italienne, Maria Grazia Chiuri. Le tandem travaille ensemble jusqu'en 2016, lorsque cette dernière quitte l'Italie pour la France, et rejoint Dior. Piccioli assure alors la direction artistique seul, entouré d'une équipe dans laquelle on trouve notamment Sabato de Sarno, désormais chez Gucci.

Il développe alors son langage, fidèle aux racines glamour de la maison, y ajoutant son sens de la couleur - parmi ses collections les plus marquantes, impossible de ne pas citer celle, quasiment intégralement rose, pour l'automne-hiver 2022-2023 mais aussi ses collections couture, à Paris, Venise ou au château de Chantilly... *"Je suis reconnaissant pour la vision de Pierpaolo Piccioli, son engagement et sa créativité qui ont permis à la Maison Valentino de devenir ce qu'elle est aujourd'hui"*, a déclaré Jacopo Venturini, le P.-d.g. de la Maison dans un communiqué. Une nouvelle "organisation créative" devrait être annoncée prochainement. En attendant, la machine à rumeurs devrait s'emballer...

*Une nouvelle direction créative pour la Maison sera annoncée prochainement.*

—La Rédaction

# L'NEWS



# L'NEWS

# TOP 5

## *des nouveaux directeurs artistiques*

Chaque *fashion week* voit s'élancer de nouveaux designers. Certains sont déjà connus du grand public d'autres non, mais tous ont un point commun : *le talent*. Focus sur les *premières collections* de Peter Hawkings chez *Tom Ford*, Louise Trotter chez *Carven*, Stefano Gallici chez *Ann Demeulemeester*, Peter Do chez *Helmut Lang* et Sabato de Sarno chez *Gucci*.

### 01. PETER HAWKINGS POUR TOM FORD

Depuis sa nomination en tant que directeur de la création homme et femme de la maison Tom Ford, tous les regards sont tournés vers Peter Hawkings. Pendant vingt-cinq ans, il fut l'un des plus proches collaborateurs de Mr Ford, que ce soit chez Gucci ou pour sa marque éponyme. Son goût pour la mode, il le doit certainement à sa mère. On dit qu'elle achetait des patrons Yves Saint Laurent qu'elle réalisait dans de magnifiques tissus. Côté études, Peter Hawkings s'est formé à l'art à Brighton en même temps que Kim Jones, puis à l'université du Middlesex à Londres, et a terminé son cursus par une maîtrise à la Saint Martins, avec pour professeure la légendaire et regrettée Louise Wilson – celle-

ci, ayant percé à jour son potentiel, lui avait accordé une bourse. Toujours guidé par l'élégance, un grand sens de la précision et le tailoring, Peter Hawkings doit désormais établir ses propres codes pour la mode féminine. Pour son premier show, on a pu découvrir du faux croco décliné en trench au très fort sex-appeal ou en blouson plus rock, de longues robes moulantes un brin transparentes, et de fameuses ceintures à boucle seventies, qui ne sont pas sans rappeler celles du show Tom Ford du printemps 1996. Le smoking en velours s'est aussi invité sur le podium, mais en turquoise et non en rouge. On a également vu se succéder des tailleurs à la jupe très droite, au pantalon très habillé ou au short extra-court, sans oublier des robes cocktails frangées et du grand soir. En d'autres termes, du glamour, toujours.

Par LAURE AMBROISE



## 02. LOUISE TROTTER POUR CARVEN

Inspirée par sa grand-mère et sa mère couturières, Louise entreprend des études de stylisme à l'université de Newcastle, puis débute chez Calvin Klein tout en collaborant avec Jigsaw, Whistles ou Gap. Mais c'est sa rencontre avec Joseph Ettedgui, fondateur de la marque Joseph, qui sera déterminante pour elle. En 2009, elle en est nommée directrice artistique et refait de la marque une valeur sûre, rehaussant les basiques chic et les transformant en *quiet luxury*. En 2018, elle quitte Joseph pour Lacoste, qu'elle quitte à son tour pour Carven, en 2023. Elle est la première créatrice, depuis Marie Louise Carven, à reprendre les rênes créatives de cette maison endormie. Pour sa première collection, elle imagine une mode super-élégante et facile à porter avec, en filigrane, l'idée d'uniforme où les épaules, la taille et les hanches sont marquées. Louise



joue la transparence et les superpositions sans tomber dans le sexy. Une grande importance est donnée au tailoring avec des manteaux et des blazers masculins, beaucoup de jupes droites assez longues, très peu de pantalons, des chemises d'homme, des T-shirts couture, des chaussures plates à bouts carrés. Son inspiration ? Une femme des années 50 exposée au minimalisme des années 90. "Je voulais adopter l'approche 'less is more'", dit-elle. Elle développe son propre vocabulaire, ne dépendant ni de tendances ni de muses. Une mode impeccable destinée à rencontrer le succès.

## 03. STEFANO GALLICI POUR ANN DEMEULEMEESTER

Avec sa marque éponyme créée en 1985, la créatrice a marqué le monde de la mode par sa poésie rock'n'roll. Elle fera partie de la bande des Six d'Anvers, avec Dries Van Noten, Walter Van Beirendonck, Marina Yee, Dirk Van Saene et Dirk Bikkembergs. Cette superpromotion de l'Académie royale des Beaux-Arts d'Anvers a posé les fondamentaux de la mode belge. Ann Demeulemeester quittera sa maison en 2013, qui deviendra plusieurs années après la propriété du groupe Antonioli. C'est ce dernier qui a nommé Stefano Gallici designer des collections masculines en 2020, puis directeur



de création de la marque en 2023. Auparavant, le designer italien a fait ses classes au côté de Haider Ackermann. Pour sa première collection, Stefano a revisité les fondamentaux chers à la marque que sont le tailoring super-aiguilé, le masculin-féminin, la transparence, le harnais en cuir, la ceinture dorsale et le mini-corset, la chemise blanche, la jupe pour homme, le cargo *oversized* et, bien évidemment, le noir avec quelques touches de blanc et de violet. "Cette collection offre la liberté d'être ce que l'on veut, sans limites... Il faut trouver des façons attrayantes de jouer avec chaque pièce pour mieux se les approprier", a résumé Stefano Gallici à la fin du défilé.

EN HAUT : Collection Tom Ford printemps-été 2024.

AU MILIEU : Collection Ann Demeulemeester printemps-été 2024.

EN BAS : Collection Carven printemps-été 2024.

EN OUVERTURE, SENS HORAIRE : Louise Trotter, Sabato de Sarno, Peter Hawkins, Stefano Gallici et Peter Do.

#### 04. PETER DO POUR HELMUT LANG

Depuis 2005, la mode se sent bien seule sans son designer autrichien fétiche, qui a inspiré des décennies de créateurs, de Phoebe Philo à Pieter Muller en passant par Peter Do. Et quand le nom de ce dernier a circulé pour reprendre la direction artistique de la marque, on a vraiment été très curieux. Basé à New York, Peter a étudié au Fashion Institute of Technology avant de rejoindre Celine en 2014, puis Derek Lam en 2016. Il fonde également sa marque éponyme et remporte tous les prix sur son passage : ce qui lui vaut sa nomination chez Helmut Lang en tant que directeur artistique. Scénographie du show et collection répondent à l'ADN de la marque. Le décor industriel au sol annoté d'un poème d'Ocean Vuong n'est pas sans rappeler la première boutique new-yorkaise du fondateur où était intervenue l'artiste Jenny Holzer. Pour cette première collection, Peter Do impose un tailoring androgyne minimal, parfois accessoirisé d'un harnais jaune entre bondage underground et marquage au sol, des chemises blanches parfois dotées d'aplats colorés, des bombers *oversized*, du jean brut, des robes près du corps et des T-shirts à message. La prochaine collection sera l'occasion de voir la prise de risque du jeune créateur prometteur.



#### 05. SABATO DE SARNO POUR GUCCI

Le designer napolitain né en 1983 a un sacré C.V. Après avoir obtenu son diplôme de stylisme et de modélisme au Carlo Secoli Fashion Institute à Milan, il commence en tant qu'assistant modéliste chez Prada, de 2003 à 2006, avant de rejoindre Annapurna. Puis il devient responsable du design pour les collections maille et jersey chez Dolce & Gabbana. Sabato quitte enfin Milan pour Rome où il démarre une longue aventure chez Valentino, de 2009 à 2023, allant de la



maille jusqu'à la direction de la mode prêt-à-porter homme et femme. Après quatorze années passées au côté de son mentor et ami Pierpaolo Piccioli, il prend les rênes de Gucci en tant que directeur de la création. Une maison chère à ses yeux, lui qui déclare : "*Gucci a été ma première pièce de mode*", une veste en velours rouge et noir époque Tom Ford, il avait 17 ans. Apparaît, en prémices de sa première collection femme, une image de la sublime Daria Werbowy dans une piscine, toujours aussi sexy. Son défilé, en septembre dernier, porte ses valeurs radicalement différentes de celles d'Alessandro Michele. On découvre une mode minimale avec des robes sixties, des shorts ultra-courts mais également des jupes droites fendues, le tout porté avec des sweats, des blouses, des pulls, des vestes en jean et des blazers. Également des jeans oversized et des hauts tout en strass couture, le tout accessoirisé de mocassins compensés et de sacs "Jacky" au cuir assoupli. On adore sa couleur signature : le Gucci Rosso, un rouge profond, intense, laqué. Avec cette première collection, Sabato installe son style plein de sex-appeal. On a hâte de voir la suite !

CI-DESSUS : Collection Gucci printemps-été 2024.  
À GAUCHE : Collection Helmut Lang printemps-été 2024.

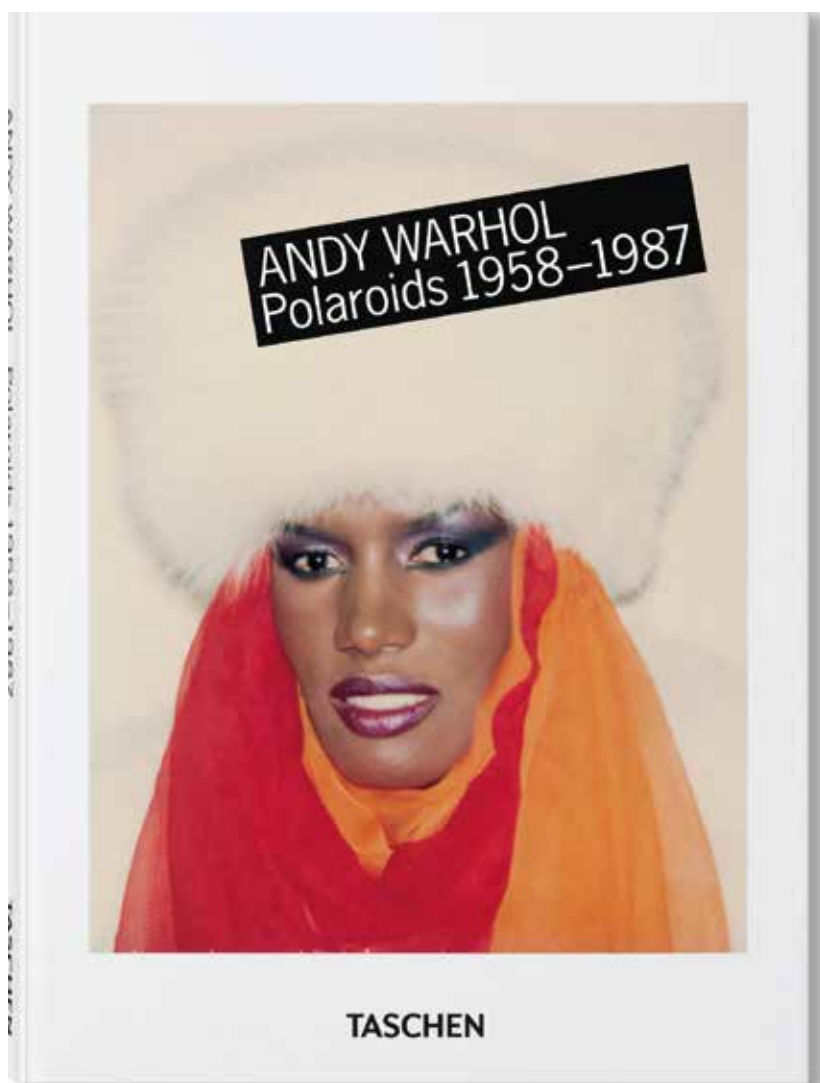
## Pola *pop*

Sentimentaux et merveilleux, les *Polaroids* pris par *Andy Warhol* entre 1958 et 1987 nous racontent toute la *pop culture* de ces années-là.

Pour les avoir vus accrochés aux murs du (formidable) musée Fotografiska à Stockholm, ces portraits d'ami-es, artistes ou non, nous avaient bouleversés, évoquant une magnifique et terrible formule de Nan Goldin, "J'ai longtemps pensé que je ne perdrais personne si je faisais assez de portraits. En réalité, mes photographies me montrent tout ce que j'ai perdu." Cet ensemble réunit ces portraits, et bien d'autres, rejoints par des natures mortes, des nus (assez crus, précis), et apporte un écho assez troublant à ces mots. C'est bien sûr plusieurs époques que Warhol capte, sur plus de trois décennies, au diapason de son ascension, de la Factory aux "heureux du monde", pour reprendre le titre d'un magnifique roman d'Edith Wharton. Essais spontanés pour des pochettes de disque des Rolling Stones, portraits soigneusement mis en scène – dont une célébrité image de Grace Jones –, captations improvisées de fêtes ou d'artistes de passage, quelques anonymes, ces Polaroids racontent plusieurs vies, en délicats filigranes, celle de ses sujets, et celle d'un artiste, à la fois en avance sur son époque et légèrement de côté. Sa mélancolie distante sourd avec la même puissance désarmante que dans ses *Warhol Diaries*, traduits en France par Grasset en 1990 sous le titre de *Journal* (assez joliment adapté par Netflix dans un documentaire du même nom). On se faufile dans ces pages comme dans un labyrinthe proustien, peuplé de souvenirs, de fantômes, de vies alors brûlantes, figées dans une instantanéité éternelle par le génial regard d'un artiste hors norme.

*"Andy Warhol – Polaroids 1958–1987"*, (Éditions Taschen).  
Grand format, 408 pages (édition multilingue anglais, français, allemand), 40 €/437 DH env. Petit format, 192 pages (uniquement en anglais), 15 €/164 DH.

— Baptiste Piégay







# *Extérieur* DESIGN

*Cassina dévoile une nouvelle version extérieure de l'emblématique fauteuil Utrecht de Gerrit Thomas Rietveld, réalisée avec des matériaux et un revêtement étudiés pour les environnements extérieurs.*

Le fauteuil "Utrecht" de Gerrit Thomas Rietveld est l'une des pièces les plus reconnaissables de Cassina. Dans son jeu de symétries résonne un rythme graphique clair et dynamique, marqué par la juxtaposition d'éléments orthogonaux. Conçue pour l'extérieur, sa nouvelle interprétation contemporaine, "Utrecht XL Outdoor", préserve l'esthétique incomparable du modèle original. Imprégnée de références au mouvement De Stijl dont l'architecte et designer néerlandais était l'un des principaux représentants, elle donne forme à un refuge confortable parfait pour lire un livre, écouter de la musique ou simplement se détendre en plein air. Côté style, le siège se pare de nouvelles textures et motifs inspirés des paysages méditerranéens qui s'appuient sur les notes chaudes et évocatrices de la terre cuite, les nuances apaisantes du vert et les teintes intenses du turquoise. Le fauteuil est également disponible dans une version en tissu "Favignana" présentant des motifs floraux réalisés selon un procédé jacquard pour créer un véritable spectacle visuel. Ses

géométries sont également agrémentées de zips visibles, disponibles en cinq couleurs à assortir ou à combiner avec la nouvelle palette. Ce détail, associé aux attaches Velcro cachées au bas de l'assise et des accoudoirs, permet de retirer complètement le revêtement – qui est constitué d'une seule pièce – sans démonter ses différents éléments.

Côté confort, son rembourrage moelleux en ouate Pet recyclée est protégé par une toile hydrofuge qui enveloppe la structure métallique intérieure et les accoudoirs en bois okoumé pour empêcher l'eau de pénétrer dans le fauteuil. Les pieds surélevés et réglables permettent également de mieux placer le modèle dans les espaces ouverts et les transformer en luxueux salons de plein air.

*Cassina chez Fenêtre sur cour, 21, bd Al Massira Al Khadra, Casablanca. Tél. : 05 22 25 84 56.*

—Hugues Roy



# VEGAN *superstar*

Zineb Hattab propose une cuisine *végétalienne*, composée de plats délicieux et *appétissants* qui peuvent avoir un *impact* positif sur le monde et *révolutionner* le concept de *gastronomie*.

La chef Zineb Hattab, connue de tous sous le nom de Zizi, est née en Espagne de parents marocains. À Zurich, sa cuisine végétalienne a valu au restaurant Kle deux étoiles Michelin, une roue et une verte (récompensant les établissements durables) et au Dar une étoile verte. Depuis le 6 février et pendant deux mois, elle présente son concept végétal au Badrutt's Palace à Saint-Moritz.

**L'OFFICIEL :** *Vous êtes née en Espagne et avez étudié l'ingénierie industrielle. Quand avez-vous décidé que la cuisine était votre voie ?*

**ZINEB HATTAB :** C'est une passion née lorsque j'ai quitté la maison de mes parents. Durant mes années universitaires, j'aimais préparer des dîners et voir les gens apprécier mes créations. Puis, pendant que je travaillais comme ingénieur, nous les organisons pour des

amis, avec des menus dégustation et des buffets de desserts... à un moment donné, j'avais l'impression d'avoir deux métiers.

**L'O. :** *Votre histoire familiale et vos origines méditerranéennes ont-elles influencé votre travail ?*

**Z.H. :** Oui, c'est une partie importante de mon identité. Chez Dar, nous avons fusionné les deux cuisines en y apportant notre touche personnelle, qui reflète mon histoire, en tant que fille de parents marocains ayant grandi sur la Costa Brava. De même, mon équipe reflète la diversité avec laquelle j'ai grandi. Associer la cuisine et diffuser de l'amour fait également partie de ma culture, comme le fait de rompre le pain ensemble - un concept que l'on retrouve dans les tapas de Cor et les sauces partagées de



Kle et Dar - combiné aux souvenirs de mon père qui me gâtait les week-ends en préparant des tours de crêpes (un plat que je propose chez Dar).

**L'O. :** Vous avez acquis de l'expérience dans de grandes cuisines (Schloss Schauenstein, Osteria Franciscana, El Cellar de Can Roca, Blue Hill...), que vous ont-elles laissé ?

**Z.H. :** Tous ces lieux ont eu une grande influence sur moi. Ils m'ont appris les bases, mais aussi ce que je veux et ne veux pas faire dans mes restaurants. Le nom de notre premier restaurant, Kle, a été inspiré par le temps que j'ai passé au Schloss Schauenstein (chef Andreas Caminada, ndlr), et est né pendant la récolte du trèfle (SauerKlees), alors que je prononçais mal le mot avec un "e" court. C'est à cette époque que j'ai rencontré Alessandro, qui est devenu mon incroyable bras droit à Kle.

**L'O. :** Votre cuisine végétalienne a été récompensée par le Michelin. Et, d'une manière générale, l'approche végétale est de plus en plus populaire. Êtes-vous végétalienne ?

**Z.H. :** J'ai adopté un régime végétalien juste avant d'ouvrir Kle. Et nous avons dû tout changer à la dernière minute. En faisant des recherches pour le restaurant, j'ai réalisé que la planète et les gens se portaient mieux avec un régime à base de plantes et que la nourriture était l'un des meilleurs connecteurs dont nous disposions. Les étoiles Michelin sont venues rapidement. Ce sont des récompenses qui contribuent à donner de la visibilité à notre

travail, mais elles n'ont pas changé notre façon de faire. Les opinions sur le véganisme ont changé au cours des 20 dernières années ; nous voulons le déstigmatiser en nous concentrant sur la création de plats délicieux et appétissants et en mettant en valeur les produits de nos agriculteurs.

**L'O. :** Durabilité, approche éthique, zéro déchet : qu'est-ce qui se rapproche le plus de votre philosophie ?

**Z.H. :** Notre philosophie est axée sur la durabilité, les pratiques éthiques et la réduction des déchets. Nous avons constaté que l'adoption d'un régime alimentaire à base de plantes s'aligne sur ces principes, chacun d'entre eux étant essentiel. Permettez-moi de vous donner un exemple de notre plat KFM : des pleurotes frites à la pâte à frire et nappées de notre sauce secrète. Comparé au poulet frit, ce plat émet 73 % de CO<sub>2</sub> en moins. Nous pensons que choisir des aliments d'origine végétale est une approche éthique, surtout si l'on considère les défis que pose l'élevage durable des animaux. Pour éviter le gaspillage, nous essayons d'utiliser chaque partie du produit ; si certaines parties ne conviennent pas à la cuisine, l'équipe créative crée de nouvelles combinaisons à partir des pelures et des feuilles. Ce travail constant est non seulement conforme à nos valeurs, mais reflète également notre engagement à changer la gastronomie.

**L'O. :** Quels ingrédients utilisez-vous ?

**Z.H. :** Nous travaillons avec des agriculteurs qui utilisent des pratiques biologiques et régénératives. Je pense que la majeure partie de la population humaine a perdu son lien avec la nature pour de nombreuses raisons et en raison du mode de vie "moderne".

**L'O. :** Votre cuisine a-t-elle une saveur "distinctive" ?

**Z.H. :** J'aime travailler avec les épices. C'est l'un des rares produits que j'importe du Maroc, d'une petite boutique de Fès où mes parents avaient l'habitude de les acheter. J'aime aussi travailler avec les champignons, que vous trouverez dans tous nos restaurants. Chez Kle, l'un de nos plats phares est l'aguachile de chou-rave.

**L'O. :** Que signifie être courageux en cuisine aujourd'hui ?

**Z.H. :** Remettre en cause le statu quo.

**L'O. :** Quel est votre plat souvenir préféré ?

**Z.H. :** Les crêpes de mon père. Il y a aussi la harira que je mangeais avec ma famille pour rompre le jeûne pendant le ramadan. Je propose une version des deux à Dar.

**L'O. :** Vous passerez deux mois en tant que chef au Badrutt's Palace à Saint-Moritz. Quels sont vos autres projets pour l'avenir ?

**Z.H. :** Pendant notre séjour, nous allons rénover la cuisine de Kle, ce qui nous permettra de la rouvrir à notre retour. Sinon, je préfère me concentrer sur les affaires courantes et laisser les projets nous trouver.

—Silvia Frau



# RÉSILIENCE

## *artistique*

Alors que les *frappes* de l'armée israélienne continuent de détruire des milliers de foyers et de *vies* dans la Bande de Gaza, *The Teacher*, premier *long-métrage* de la réalisatrice britannico-palestinienne Farah Nabulsi, est un saisissant *témoignage* de la longue souffrance des *Palestiniens* et un appel à *l'endurance* face à une *détresse* portée par une injustice alliée à *l'indifférence*. Rencontre.

Elle a choisi le vecteur du cinéma pour le raconter. Réalisatrice britannico-palestinienne, Farah Nabulsi y va à fond, dans les tréfonds de son pays et de son histoire - la Palestine -, sans ambages et avec une sincérité artistique et naturelle. L'occupation, la résistance, l'amour, la dignité, la résilience... Cette vie qui est la leur et qu'elle distille dans son dernier opus, *The Teacher*, mettant en lumière la tragédie et les difficultés de la vie en Cisjordanie occupée. Une histoire de perte et d'amour, juxtaposée à une quête de liberté entrelacée. Primée au BAFTA et nominée aux Oscars pour son premier court-métrage *The Present*, elle est la voix d'un peuple attaché à préserver son identité, sa dignité et sa liberté. Pour être entendue et pour exister, elle prend sa caméra, interroge la guerre, explore la colère et le chagrin. Sept mois après le début

de la guerre menée par Israël après l'attaque du Hamas, c'est au Festival du film et forum international sur les droits humains de Genève que nous l'avons rencontrée pour le lancement européen de son film. Dans un monde pour le moins agité, retour sur une conversation revigorante, dont l'engagement pacifiste de la réalisatrice reste plus vivace que jamais.

**L'O.** : *Pourquoi avez-vous décidé quitter la finance pour faire du cinéma ?*

**F. N.** : Pour être honnête, je n'ai pas vraiment eu le choix. Je me suis sentie obligée de raconter ce dont j'ai été témoin et l'injustice colossale qui se déroulait sous mes yeux. Je suis née, j'ai grandi et j'ai étudié au Royaume-Uni et je me suis rendue plusieurs fois

en Palestine avec mes parents, puis après la première intifada, plus rien pendant 25 ans. Il y a environ 10 ans, j'y suis retournée pour la première fois en tant qu'adulte. J'y ai redécouvert mon héritage, ma culture, la maison de mes ancêtres, mon sang... Ça m'a complètement changée ! Il m'a fallu quelques années d'allers-retours pour absorber ce qui se déroulait sous mes yeux. J'ai passé beaucoup de temps sur le terrain avec le peuple, qui a vécu toutes les choses que je raconte dans mes films. Je ne pouvais donc tout simplement pas retourner à ma vie remplie de privilèges, comme si je n'avais jamais su ou compris ce qu'il se passait. Alors j'ai dû faire un choix, et je l'ai fait.

**L'O.** : *"The Teacher" a été tourné plusieurs mois avant le début de la guerre. Quelle était votre intention première en le réalisant ?*

**F.N.** : L'une des principales raisons pour lesquelles ce type d'injustice est autorisé à perdurer aussi longtemps et à une telle échelle est que les gens ne sont pas assez impliqués émotionnellement avec les Palestiniens. Et je pense que c'est probablement le cas pour toutes les injustices qui sont autorisées à se perpétuer. Quand les gens ressentent peu, ils s'engagent peu dans des actions concrètes pour mettre fin aux oppressions. Alors, en tant que cinéaste, mon intention est d'embarquer le public dans un voyage émotionnel. Le principal moyen que nous, en tant que société, pouvons utiliser pour amener les gens à agir pour une cause ou aux côtés de ceux qui subissent une injustice, c'est à travers le cinéma, c'est à travers l'art, vraiment. Parce que l'art parle au cœur et non à la tête. Particulièrement avec *The Teacher*, j'ai voulu amener le public à réfléchir aux vécus des personnages, et aux choix et décisions qu'ils ont été forcés de faire dans une réalité très froide.

**L'O.** : *Comment percevez-vous le rôle de l'art dans le discours autour de la guerre et dans l'émancipation du peuple palestinien ?*

**F.N.** : L'art est appelé *soft power* pour une bonne raison. Il a le pouvoir de déconstruire les stéréotypes et de tordre le cou aux idées préconçues, tout en redonnant une voix à ceux qui ont été réduits au silence ou ignorés. Pour moi, le cinéma est la forme d'art et le moyen de communication le plus puissant. En racontant des histoires à travers le cinéma, à travers l'art, on se réapproprie son récit et on ne permet plus qu'il soit détourné. C'est un moyen de se raconter au monde, dans notre cas, de parler de notre culture, de notre manière de vivre, et de rappeler que les Palestiniens vivent, aiment, respirent, rient, comme n'importe qui d'autres sur cette terre.

**L'O.** : *Le film a été tourné entièrement en Cisjordanie occupée dans un contexte politique très complexe. Quels étaient les défis sur le terrain et comment avez-vous géré la logistique en tant que femme, Palestinienne et réalisatrice ?*

**F.N.** : Réaliser un film indépendant, peu importe où vous vous trouvez dans le monde, est extrêmement compliqué, que ce soit sur le plan pratique, logistique ou financier. Si on parle du fait que je suis une femme dans une industrie essentiellement masculine, la dynamique est la même que je tourne à Londres ou en Palestine. Étant issue du milieu de la banque d'investissement, qui est également une industrie très masculine, j'y suis habituée et je sais comment naviguer dans cet environnement. En revanche, tourner dans des territoires occupés comme la Cisjordanie nous a confrontés à des complexités que vous ne trouveriez nulle

part ailleurs dans le monde, comme les postes de contrôle et les barrages routiers israéliens... Ces obstacles ont contribué à créer des tensions sur le plateau, surtout lorsque des événements réels, comme les bombardements à Gaza, se déroulaient au même moment que notre tournage. Tout le monde était sur les nerfs et anxieux. Un matin, en allant travailler, j'ai vu une famille qui se tenait debout devant sa maison fraîchement démolie par l'armée israélienne. Encore une fois, un événement que l'on retrouve dans le film. Donc, je devais m'assurer que l'on pourrait terminer le film, rester positif et garder tout le monde en sécurité. Ce qui est beaucoup de stress et beaucoup de responsabilités, tant sur le plan physique que sur le plan artistique.

**L'O.** : *Vous présentez la vulnérabilité d'un autre point de vue en dépeignant le portrait d'un père de famille juif et vulnérable face à la disparition de son fils. Pourquoi avoir fait ce choix ?*

**F.N.** : Pour le personnage de Simon, je me suis inspirée de l'enlèvement du soldat israélien, Gilad Shalit, en 2006, qui a été libéré cinq ans plus tard en échange de plus de 1 000 prisonniers palestiniens, dont des centaines de femmes et d'enfants. À l'époque, je me souviens avoir pensé, "*quel déséquilibre insensé, une vie pour plus de mille autres*". En même temps, je me souviens aussi avoir contemplé et apprécié l'amour universel qu'un parent a pour son enfant et pour qui, il vaut probablement le monde. C'est cette dynamique que j'apprécie, que je trouve puissante et importante et que je voulais retransmettre à l'écran. Mais surtout, je voulais faire le parallèle avec le cas de Simon, qui a le pouvoir du gouvernement israélien derrière lui et un système judiciaire solide avec celui de l'enseignant, Bassem Al-Saleh, qui a lui aussi perdu son fils et pour qui le recours judiciaire est extrêmement limité, comme c'est le cas pour la plupart des Palestiniens qui n'ont aucun recours possible face à la justice et ça, peu importe la gravité du crime, peu importe l'importance de la perte. La douleur étant d'autant plus grande que son fils, lui, ne reviendra jamais.

**L'O.** : *Quel message souhaitez-vous transmettre à travers ce film ?*

**F.N.** : Je n'ai aucun message en particulier si ce n'est embarquer les auditeurs dans un voyage émotionnel dans l'espoir de susciter de l'intérêt et les inviter à s'interroger sur la vie et les expériences des personnages, ainsi que sur les choix qu'ils ont faits. Et se demander, "*et moi, si j'avais été dans cette situation, quels auraient été mes choix ? Qu'aurais-je fait par amour pour mon enfant ? Si je le perdais, que serais-je prête à faire pour le récupérer ?*" Aussi, je crois que le film a la capacité d'établir un contexte, généralement absent des discours, et qui est pourtant tellement important. Surtout depuis les sept derniers mois de massacre que nous observons à Gaza.

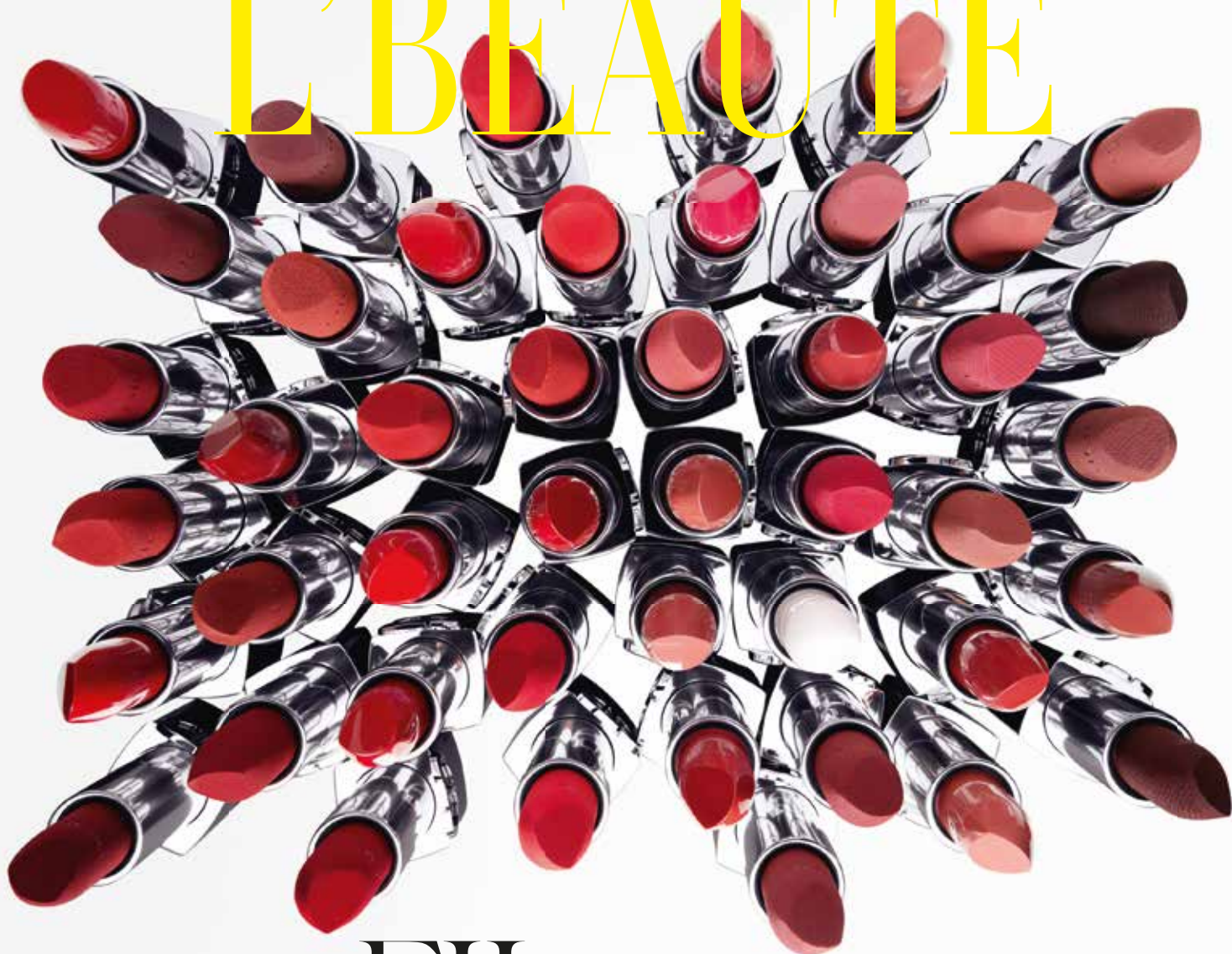
**L'O.** : *Gardez-vous encore espoir ?*

Je garde toujours espoir, même si nous assistons actuellement à un possible génocide et à la douleur absolue. Je conserverai toujours l'espoir. Pour être honnête, je n'ai pas vraiment le choix. Si je perds espoir, je deviendrai folle.

*The Teacher*, de Farah Nabulsi, à découvrir en streaming dès le mois de juin.

— Lisa Cherifi

# L'BEAUTE



## FIL *rouge*

Directeur de la création et de l'image du maquillage Dior depuis 2014, *Peter Philips* réinvente le *Rouge Dior* avec un *nouveau colorama* dans un écrin couture.

Christian Dior fut le premier couturier à proposer un rouge à lèvres à ses clientes. Pour elles, il a imaginé le Rouge 999. Cela fait 60 ans qu'il est une des signatures de la maison Dior, et il se réinvente aujourd'hui. "Renouveler le Rouge Dior est un défi intéressant, explique Peter Philips. Comment surpasser un produit déjà excellent ? Nous l'avons pourtant fait, à travers la formule et les ingrédients, et grâce à notre expertise de la couleur et de notre savoir-faire. Le nouveau Rouge Dior gardera donc sa place de rouge à lèvres iconique." Cette nouvelle formule est composée d'un extrait floral de pivoine rouge ainsi que d'ingrédients tels que l'hibiscus, le grenadier, la figue de barbarie, sans oublier le beurre de karité pour un confort optimal. Son boîtier brillant orné du cannage Dior signature est aussi précieux qu'un bijou, et est rechargeable pour 15 coloris. La palette de couleurs a été revisitée en deux

finitions, Velvet et Satin, avec des nuances métalliques ou mates. "Pour cette nouvelle gamme, j'ai fait faire une étude comme pour le lancement d'un fond de teint afin de construire un nuancier qui permette aux femmes du monde entier de trouver leur teinte idéale, ajoute Peter Philips. On a lancé cette recherche aux États-Unis, en Europe et en Asie." Un nouveau chapitre s'ouvre donc pour le Rouge Dior, célébré dans une campagne qui rejoue le célèbre "coup de Trafalgar" de Christian Dior, où des silhouettes rouges créaient la surprise au milieu de ses défilés...

*Rouge Dior, Dior Beauté, à partir de 510 DH chez Faces Beauty.*

— *Laure Ambroise*

# L'BEAUTÉ



# SOINS *peau sensible*

Pour continuer à sensibiliser aux *besoins* spécifiques des peaux sensibles, *Cetaphil* revient cette année avec sa *campagne* “Sensitive Skin Awareness Month”. Une mine *d’informations* et de conseils *d’experts* à découvrir sur les *réseaux sociaux* pour mieux identifier, *soigner* et protéger ce type de peau.

Initié par Cetaphil, la marque de soin pour peaux sensibles n°1, le “Sensitive Skin Awareness Month” (Mois de sensibilisation aux peaux sensibles) a pour objectif d’informer et d’éduquer les consommateurs sur les origines et les symptômes de la sensibilité cutanée, tout en les guidant vers des routines de soins spécifiques et adaptées à leurs besoins individuels. Selon plusieurs études 70 % des femmes estiment en effet avoir la peau sensible et malgré cette majorité notable, des incertitudes persistent quant aux meilleurs gestes à adopter pour prendre soin de ce type de peau. Les dermatologues soulignent que les signes courants de sensibilité cutanée incluent la sécheresse, l’irritation, la rugosité, le tiraillement et une barrière cutanée affaiblie et peuvent varier de légers à sévères.

Comme tous les produits Cetaphil sont spécialement formulés pour les peaux sensibles et aident à se défendre contre ces cinq

signes de sensibilité cutanée, la marque s’engage, dans le cadre du Mois de sensibilisation à la peau sensible, à aider chacun à trouver le traitement complet que leur peau sensible mérite en invitant les utilisateurs à se connecter sur les comptes Instagram, Facebook ou TikTok de la marque. Ils y trouveront un choix de produits doux qui protègent la barrière cutanée et soulagent la sensibilité : Gentle Skin Cleanser, Oily Skin Cleanser, Moisturizing Lotion ou encore Moisturizing Cream. Une gamme riche en actifs hautement hydratants (niacinamide, panthénol, glycérine) pour une routine skincare minimale et une hydratation maximale, à compléter par le Face Fluid Invisible, l’indispensable écran solaire, gage d’une peau apaisée et éclatante de santé.

—La Rédaction



# TRÉSORS *romantiques*

À New York, derrière la marque *Sorellina*, les sœurs Kim et Nicole Carosella imaginent des pièces *lumineuses*, sensuelles, *spirituelles* et merveilleusement *addictives* qui redéfinissent le *bijou* quotidien.

Depuis sa création en 2011, *Sorellina*, qui signifie petite sœur en italien, s'affranchit des codes de la joaillerie classique en cultivant les contrastes. Des pièces de tarot aux bijoux d'inspiration Art déco, le jeune label new-yorkais, créé par les sœurs Kim et Nicole Carosella, propose des collections audacieuses et distinctives faites pour des femmes modernes, en phase avec leur temps.

Ni subtiles ni discrètes, les pièces *Sorellina* se portent pourtant au quotidien et se jouent des frontières entre le design, l'art et la joaillerie qui se rencontrent en parfaite harmonie. Leur signe particulier ? Des bijoux colorés et raffinés, brodés de symboles, d'allégories et détails caractéristiques des ères victorienne et georgienne. Les techniques, d'un raffinement suprême, sont le fruit d'un savoir-faire joaillier forgé dans l'élégance et l'exigence.

On aime particulièrement la richesse subtile de formes qui prospèrent dans les nombreuses collections de la Maison : que ce soit dans les volumes généreux des boucles d'oreille "Crown", la sensualité majestueuse du saphir qui illumine les bagues "Seashell", ou encore le travail solaire des métaux précieux dans les bracelets "Marea". Une allégresse communicative, disponible dans de nombreux points de vente à travers le monde, de New York à Bahreïn en passant par Casablanca.

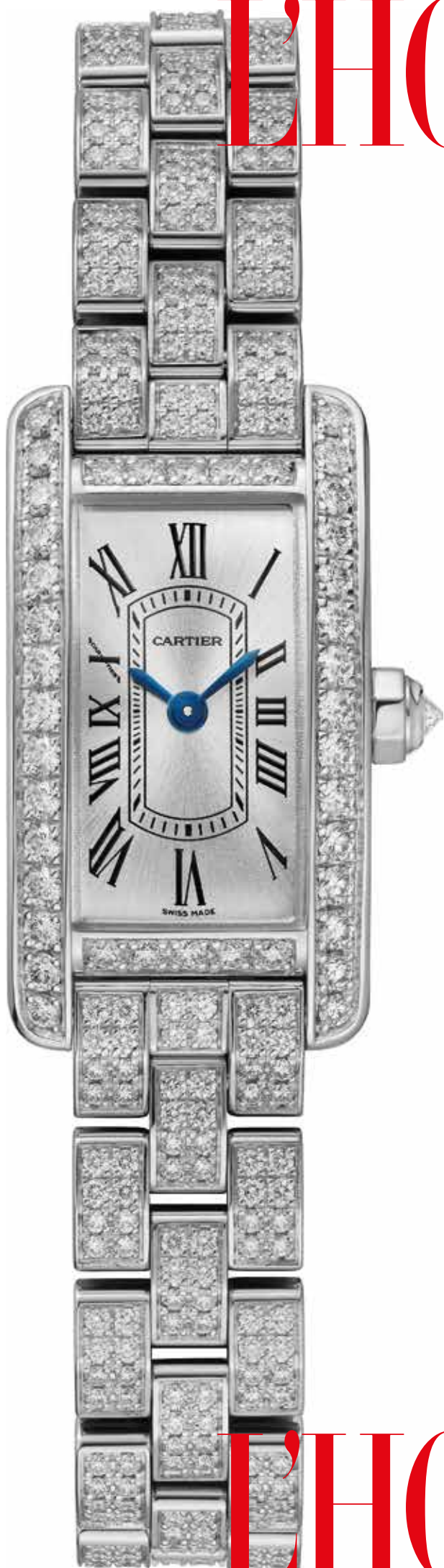
*Sorellina* chez Neyleen Fine Jewellery, 8, rue Ain Harrouda, Casablanca.  
Tél. : 05 22 36 48 04.

—Aicha Tazi

Photos DR



# L'HORLO



## MUST *éternel*

Avec son design *essentiel* et ses proportions *parfaites*, la Tank Américaine de *Cartier* mini-modèle en or blanc et diamants, est un *classique* qui transcende la mode et le *temps*.

Héritière de la “Tank Cintrée” de 1921, la “Tank Américaine” partage ses codes esthétiques, son design essentiel et sa rigueur dans les proportions, éléments qui font de cette montre Cartier une icône intemporelle. Lancée en 1988, elle inaugure dans le même temps le premier bracelet réglable adapté à la célèbre boucle déployante dont la Maison dépose le brevet en 1910. En 2023, le studio de création de la Maison renforce le design original de la montre et sa forme incurvée en ciselant la ligne, plus fine et plus nerveuse. L'épure de la forme est encore renforcée par le graphisme du cadran et l'intégration parfaite des cornes du boîtier dans le prolongement du bracelet.

Équipée du nouveau mouvement 1899 MC adapté aux boîtiers plus fins, la montre Tank Américaine se décline en version tout or rose (serti ou non) ou acier sur bracelet de cuir et en versions précieuses tout or rose ou or or gris full pavé. Ce dernier modèle se distingue par sa beauté intemporelle et sera gageons-le transmis aux générations suivantes après avoir été porté avec élégance.

*Cartier, place des Nations-Unies, bd Moulay Hassan I<sup>er</sup>, Casablanca. Tél. : 05 22 43 12 12.*

— *Silvia Frau*

# L'HORLO

# PIÈCES *iconiques*



tos DR

Des *objets* qui ont marqué l'imagination *collective* dans le cadre de l'histoire du *design* contemporain entrent en *conversation* avec les *accessoires* culte du printemps-été 2024. Dans un *échange* de formes et *d'architectures*, au nom du *luxe* avec une touche *bourgeoise*.

*Photographie* MATTIA IOTTI  
*Stylisme* ALESSANDRA FAJA





SUR CETTE PAGE : Sac hobo "AllKnots" en cuir tissé à la main avec poignée de fermeture VLogo, VALENTINO GARAVAN chez STUDIO 14.  
PAGE DE DROITE : Maxi-clutch "Lauren 1980" en cuir Intrecciato, BOTTEGA VENETA chez STUDIO 14. Slingback "Dune" en cuir verni, SAINT LAURENT par ANTHONY VACCARELLO chez STUDIO 14.  
Fauteuil "4801" en PPMA, design Joe Colombo, KARTELL.  
PAGE D'OUVERTURE : Escarpin en satin, PRADA PARIS. Pochette "Hug" en crocodile imprimé, SALVATORE FERRAGAMO chez BELLA PELLE. Paire de lampes "Olympe" par Harvey Guzzini,  
FRANCESCA BOLSI ANTIQUES & DESIGN PARIS.







SUR CETTE PAGE : Escarpin en cuir "LV Knot", *LOUIS VUITTON*.  
PAGE DE GAUCHE : Sac en cuir "The Rise", *ALEXANDER MCQUEEN* chez *STUDIO 14*. Sac "Kelly Multipocket" en cuir Swift, *HERMÈS PARIS*.



SUR CETTE PAGE : Sac "Squeeze" en cuir, **LOEWE** chez **STUDIO 14**.  
PAGE DE DROITE : Escarpins avec talon en satin, franges et paillettes, **GUCCI**. Boîte à bijoux en cuir et métal, **JIL SANDER** par **LUCIE ET LUKE MEIER**. Verres en cristal bohème, **PRADA PARIS**.  
Set design : **MARTINA LUCATELLI**. Assistants photo : **MATTEO TRIOLA** et **SIMONE FICO**..





# BEAUTÉ *spirituelle*

Tour à tour *mannequin*, chanteuse, *actrice*, galeriste et entrepreneuse, Touriya Haoud, l'iconique *hollando-marocaine*, lance une ligne de *bien-être* et de soins. Des produits simples et *clean* pour le *corps* et la *maison* inspirés de la tradition marocaine, formulés pour *apaiser* les sens et procurer une *sensation* de profonde *relaxation*.

*Photographie* MOUNJI SAGHIROU  
*Texte* HUGUES ROY





SUR CETTE PAGE : Caftan, *MANZIL KABASI*. Bijoux, *DIHYAN*.  
PAGE D'OUVERTURE : Caftan, *MANZIL KABASI*. Bijoux, *ASHAHA* chez *NAÏS CONCEPT*.

Depuis plusieurs années, après s'être illustrée dans l'univers de la mode, de la chanson, du petit écran et du cinéma, la sublime Touriya Haoud s'est transformée en entrepreneuse successful avec la création d'une agence internationale de relations publiques et de stratégie de marque et une galerie d'art pop-up. Mais pas question d'en rester là, même quand la vie la confronte à des épreuves personnelles. En 2020, on lui diagnostique un lymphome de Hodgkins, elle s'empare de la maladie comme d'une occasion de corriger son parcours en menant la vie la plus saine qui soit et à explorer sa spiritualité. Dans ces moments les plus sombres de son existence, elle se tourne en effet vers l'islam, dont elle redécouvre les enseignements profonds et trouve du réconfort dans son étreinte. Nourrie par cette quête de spiritualité, Touriya décide d'explorer le domaine du bien-être avec marque dédiée, Azumar qui se tout juste de voir le jour avec une courte ligne de soins infusés de ses origines marocaines. Formulée à partir de plus de 90 % d'ingrédients d'origine naturelle comme l'eucalyptus et l'huile d'argan, la collection Azumar s'inspire de traditions ancestrales pour offrir l'expérience d'un véritable hammam à la maison. Toujours aussi éblouissante et aujourd'hui engagée sur le chemin de la sérénité, nous avons rencontré la belle Maroc-macédonienne pour nous parler de palette de soins empreinte de qualité, d'authenticité et de tradition marocaine ancestrale.

**L'Officiel :** *Racontez-nous la création et les origines d'Azumar. Comment l'univers de la santé et du bien-être s'est révélé à vous ?*

**Touriya Haoud :** L'origine d'Azumar vient de la sourate *Al-Azumar*. Je vivais à l'époque à Los Angeles et je souffrais d'un lymphome de Hodgkins lorsque je suis tombée sur ce verset spécifique qui m'a touchée spirituellement. Comme j'aimais beaucoup le nom "Azumar", il m'est resté en tête, et c'est ainsi qu'est née la marque. Au même moment, alors que je perdais ma mère et plusieurs membres de ma famille du côté maternel à cause du cancer et que je luttais moi-même contre la maladie, j'ai commencé à me concentrer sur mon bien-être et ma santé et sur la façon de les optimiser autant que possible par la prière, la médiation et les soins personnels. C'est ainsi que j'ai créé mon univers de bien-être que je veux aujourd'hui partager avec le monde entier.

**L'O :** *Quelle est la philosophie d'Azumar ?*

**T. H. :** Un mode de vie durable et conscient à tous points de vue.

**L'O :** *Les produits Azumar sont articulés autour de coutumes ancestrales et authentiques marocaines. Pour quelles raisons vous est venue l'idée de bâtir la marque sur ces pratiques ?*

**T. H. :** Parce que mon cœur et mon âme appartiennent au Maroc, peu importe où je suis ou où je vis. Depuis que je suis petite, le Maroc est l'endroit où je me sens vraiment vivante. C'est un tout,

## "À TRAVERS *mes* PRODUITS, C'EST *un* PEU *la* MAGIE *et la* SÉRÉNITÉ *du* MAROC *qui* VOUS ACCOMPAGNE."

les parfums, les odeurs, l'air sont des éléments qui parlent à mon âme, et je voulais restituer ces émotions à travers mes produits : où que l'on soit, c'est un peu la magie et la sérénité du Maroc qui vous accompagne. J'ai également un grand amour pour tout ce qui est fabriqué à la main par les gens du pays, dans sa forme la plus pure, brute et organique, et le Maroc est très fort dans ce domaine.

**L'O :** *En quoi est-ce une expression authentique de votre personne ?*

**T. H. :** Je pense que j'exprime mes expériences à travers les sens et le design de mes produits.

**L'O :** *D'où vous est venu le désir de créer une marque 100 % biologique ? Êtes-vous une bio pure et dure ?*

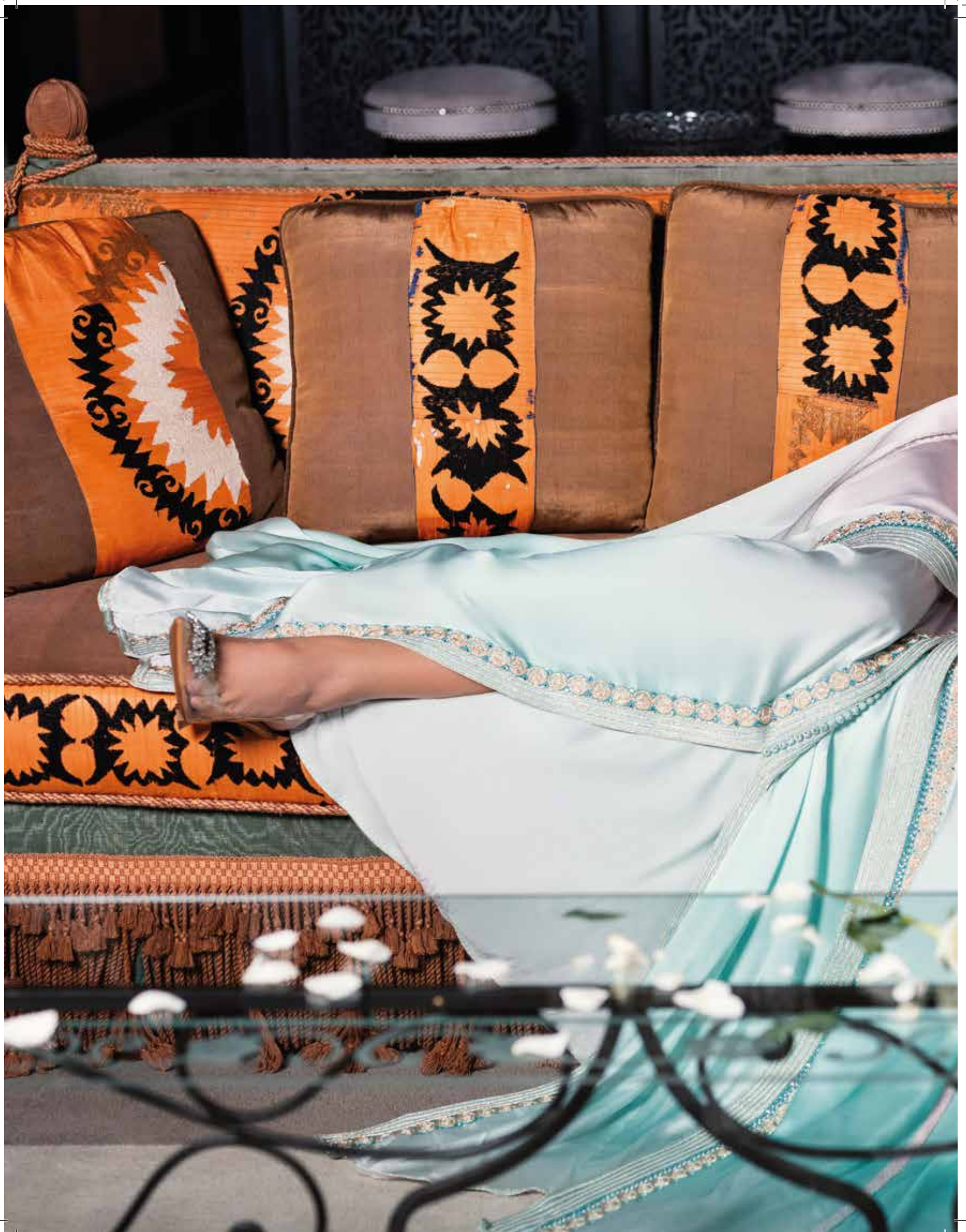
**T. H. :** J'essaie de vivre le plus possible de manière biologique, durable et éthique.

**L'O :** *Quel est votre degré d'implication dans le développement de vos produits ?*

**T. H. :** Je suis impliquée à 100 % dans les designs et les émotions que nous créons, car ils sont tous basés sur mes villes préférées au Maroc et les souvenirs, personnels qu'elles accompagnent et sont exprimés dans chaque collection. La première s'intitulera "Minuit à Marrakech".

**L'O :** *Vous êtes hollandaise d'origines marocaine et macédonienne, vous vivez aux États-Unis et avez voyagé dans le monde entier. Ce melting-pot culturel a-t-il influencé votre vision du bien-être et de la beauté ?*

**T. H. :** Je dirais qu'il m'a donné une bonne idée de ce qu'il faut faire et ne pas faire.





# “ÊTRE SOI-MÊME et S’AIMER TEL que l’on EST, avec SES IMPERFECTIONS ET ses DÉFAUTS, est VRAIMENT ce QUI REND BEAU.”

**L’O.** : *La durabilité est pour de nombreuses marques un thème majeur. Comment Azumar y participe ?*

**T. H.** : Je pense surtout à être 100% non toxique, éthique, propre et durable. Pour l’emballage, nous utilisons par exemple du papier écologique pour les boîtes. Pour le reste, tout est naturel, à base d’huiles essentielles, de cire d’abeille, etc. du packaging à la finition du produit. Les tapis de prière sont également fabriqués à partir de caoutchouc naturel et de daim. Tout est pensé pour être bon pour la planète et pour l’homme.

**L’O.** : *De même, la senteur est un facteur clé de leur succès. Est-ce un aspect que vous avez mis en avant dans la formulation de vos produits ?*

**T. H.** : Oui, les fragrances sont un aspect très important d’Azumar. Parmi celles-ci, “Midnight in Marrakech” est ma préférée et parfume chaque emballage de mes produits que vous commandez. C’est un peu l’élixir secret d’Azumar (*rires*).

**L’O.** : *La relaxation et le recul permettant de profiter des petites choses de la vie sont au centre de la philosophie d’Azumar. Est-ce que vous-même mettez cela en pratique ?*

**T. H.** : Depuis que j’ai lutté contre la maladie, j’en suis très consciente. Pour moi, le simple fait de marcher sur la plage, de sentir l’eau de l’océan ou de marcher pieds nus dans l’herbe est un véritable ressourcement. Je pense que le bien-être et le plaisir se trouvent dans des choses simples comme la façon dont je commence ma matinée avec ma routine beauté ou le soir, lorsque je rentre à la maison et que je crée un environnement serein où

mon esprit peut se détendre. Passer du temps de qualité avec mes enfants, ou manger des plats maison avec un petit groupe d’amis sont autant de moments où je pense à mon bien-être et où je me fais plaisir.

**L’O.** : *Quel est votre secret beauté signature ?*

**T. H.** : Beaucoup de sommeil (*rires*). Et je pense qu’il faut toujours voir le côté positif des choses, et que le stress est un facteur néfaste dans tous les aspects de la vie qui nuit aussi à votre beauté.

**L’O.** : *Avez-vous des souvenirs beauté datant de votre enfance ?*

**T. H.** : La seule chose dont je me souviens, c’est que ma mère se lavait toujours le visage le matin avec de l’eau glacée, et je fais la même chose aujourd’hui. Je suppose que dans le monde moderne, nous traduirions cela par des bains glacés, qui sont censés être bons pour la circulation et pour garder une peau ferme et jeune.

**L’O.** : *Les compléments alimentaires font-ils partie de votre quotidien ?*

**T. H.** : À 100 % ! Je n’utilise que des produits de la plus haute qualité et non chimiques. Je pense que, surtout en vieillissant, il est très important d’utiliser les bons compléments pour un soutien supplémentaire comme le magnésium. Je pense que s’il y a un sel minéral qu’il faut prendre, c’est bien celui-ci.

**L’O.** : *En tant qu’ancien mannequin, qu’avez-vous appris sur la beauté et l’acceptation de soi ?*

**T. H.** : S’aimer tel que l’on est, avec toutes ses imperfections et ses défauts, je pense que c’est vraiment ce qui rend beau, comme être pleinement soi-même.

**L’O.** : *La devise qui vous guide dans la vie ?*

**T. H.** : Un jour où l’on ne rit pas est un jour où l’on ne vit pas.

**L’O.** : *Le meilleur conseil beauté/wellness que vous avez appris jusqu’ici ?*

**T. H.** : Écouter réellement son corps et agir en conséquence.

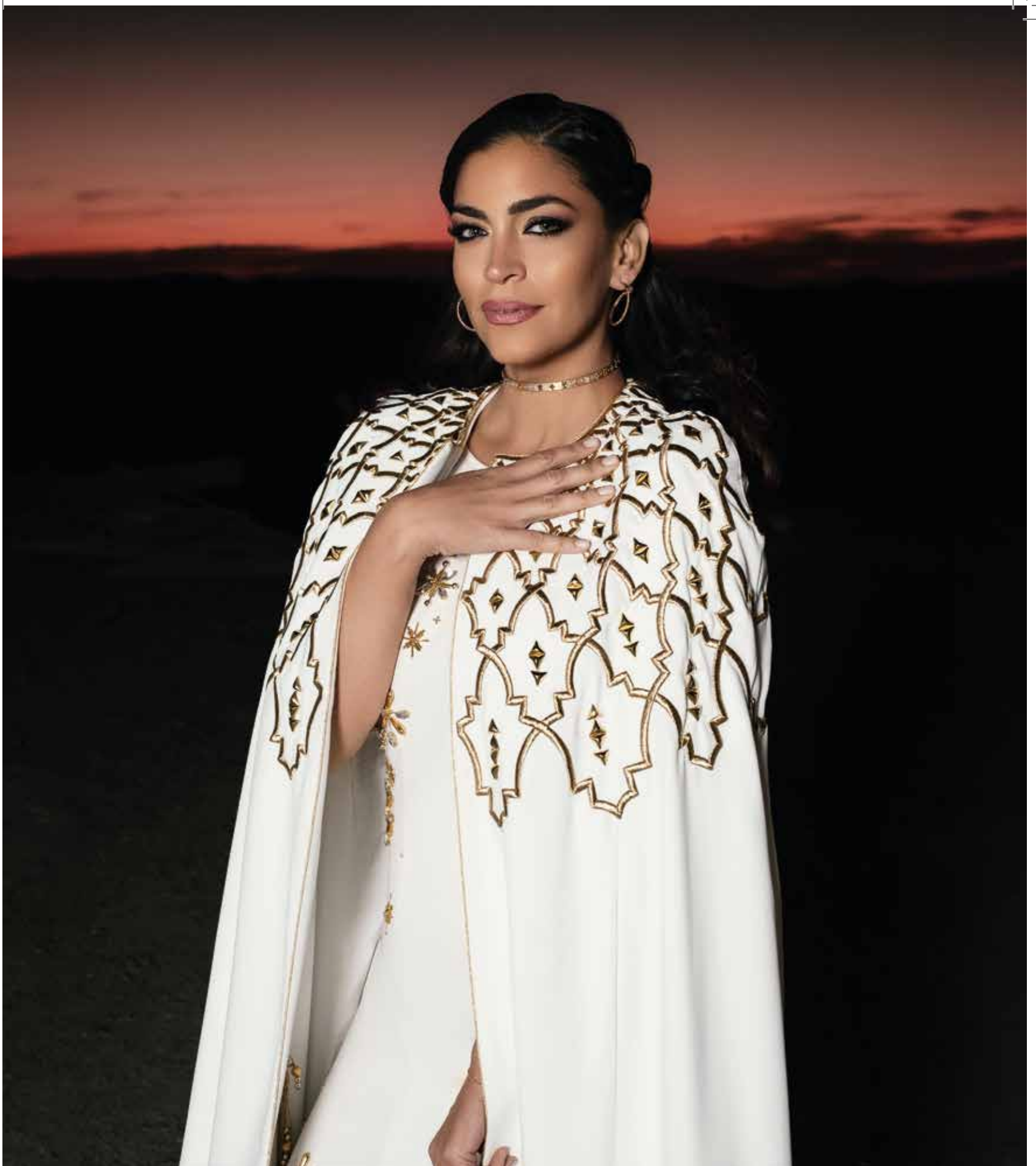
**L’O.** : *Quel est le meilleur conseil beauté/bien-être que vous pourriez donner aux lecteurs de L’Officiel Maroc ?*

**T. H.** : Le soin et l’amour de soi devraient être une priorité, car je dis toujours que si l’on est bien, tout le monde est bien.

**L’O.** : *Quels sont vos futurs projets pour Azumar ?*

**T. H.** : Que la marque s’étende à un univers lifestyle global, avec des vêtements de détente, peut-être même des compléments alimentaires, qui sait.





SUR CETTE PAGE : Robe et cape, *SIHAM SARA CHRAÏBI*. Boucles d'oreille, *MIMIA LEBLANC JEWELRY*. Collier, *ASHAHA* chez *NAÏS CONCEPT*.  
DOUBLE PAGE PRÉCÉDENTE : Caftan, *HOUDA LARINI*. Bijoux, *ASHAHA* chez *NAÏS CONCEPT*. Escarpins, *JIMMY CHOO* chez *STUDIO 14*.

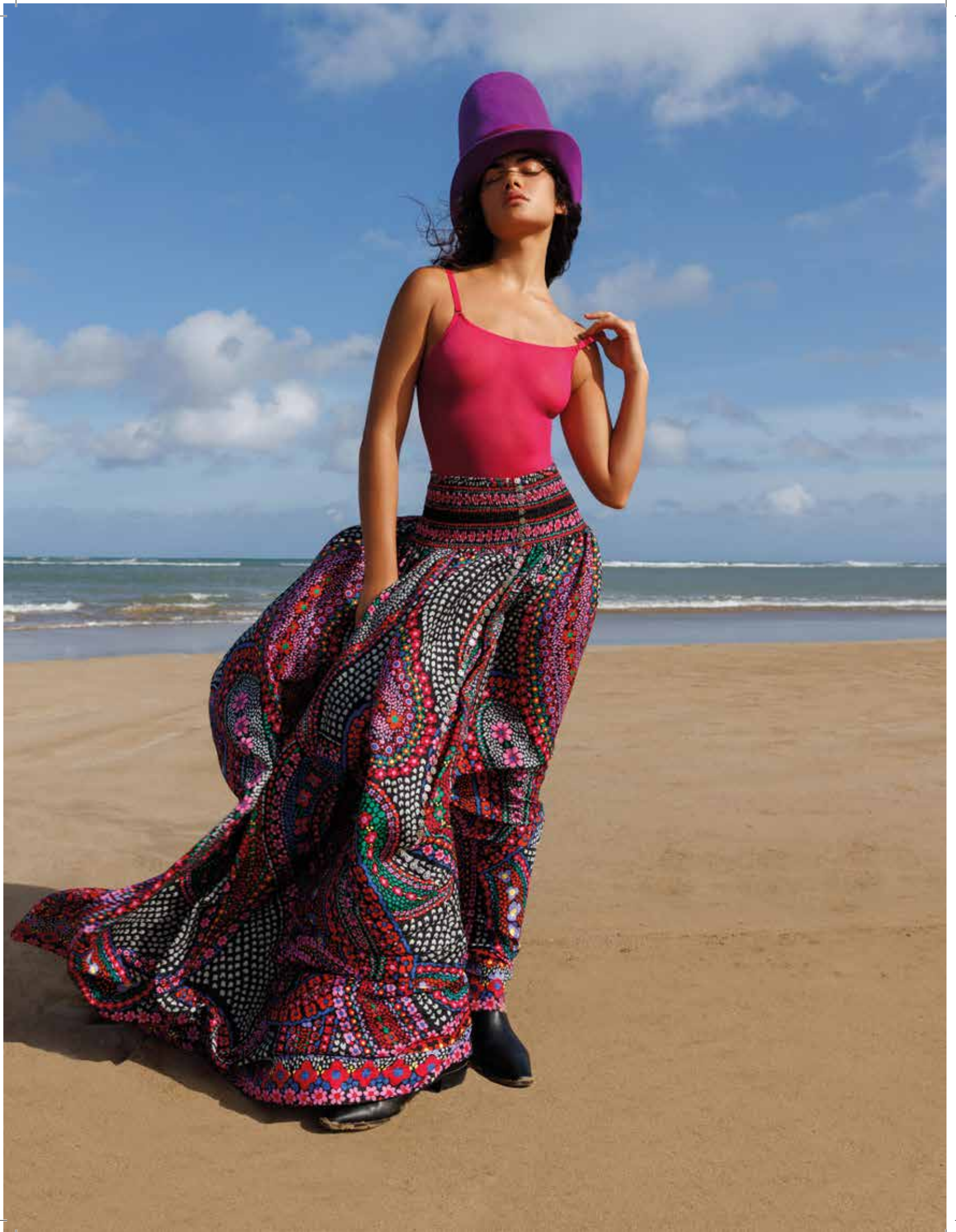
Maquillage : Nisrine Bentaleb. Coiffure: Simo Bensimane

# LIBRE *expression*

Pour la saison *printemps-été 2024*, les codes du *sexy* misent sur la couleur, la *fluidité*, la transparence, le *beachwear* et l'élégance. Entre confort, *affirmation* de soi et *plaisir* esthétique, l'heure est à la célébration du corps, et à la *sensualité* brûlante.

*Photographie* CAMELLIA MENARD  
*Stylisme* ÉTIENNE JEANSON







SUR CETTE PAGE : Robe en crêpe de soie, *ALAMELU PARIS*. Boucles d'oreille et bracelet en métal argenté, *MARC DELOCHE PARIS*.  
PAGE DE DROITE : Chapeau en feutre, *ANTHONY PÉTO PARIS*. Body en lycra, *MAISON CLOSE PARIS*. Jupe imprimée en coton, *LÉONARD PARIS*. Bottes en cuir, *PARALLÈLE PARIS*.  
PAGE D'OUVERTURE : Étole en satin duchesse, *NATAN PARIS*. Jupe imprimée en satin, *VALENTINE GAUTHIER PARIS*.



SUR CETTE PAGE : Body en Lycra et plumes, *ETIENNE JEANSON PARIS*.  
PAGE DE DROITE : Robe en mousseline et strass, *GEMY MAALOUF PARIS*. Ballerines, *DIOR*.









SUR CETTE PAGE : Blouson en cuir, *DIOR*. Brassière en Lycra, *MAISON CLOSE PARIS*. Pantalon en satin, *INÈS DE LA FRESSANGE PARIS*.  
PAGE DE GAUCHE : Chemisier en mousseline, *MAISON CLOSE PARIS*. String en bouclette de laine enduite, *ETIENNE JEANSON PARIS*.



SUR CETTE PAGE : SUR CETTE PAGE : Bikini en Lycra, *WI PARIS*. Sac en cuir, *BOTTEGA VENETA AT CARLA ST BARTH*. Bottes en cuir, *PARALLÈLE PARIS*.  
PAGE DE DROITE : Haut de forme en paille, *ANTHONY PETO PARIS*. Maillot de bain asymétrique, *ERES* chez *STUDIO 14*.







SUR CETTE PAGE : Robe imprimée en soie, *EMANUEL UNGARO PARIS*. Boucles d'oreilles en métal argenté, *MARC DELOCHE PARIS*. Ballerines en veau velours, *DIOR*.  
PAGE DE GAUCHE : Brassière en Lycra et pantalon en denim, *DIOR*.

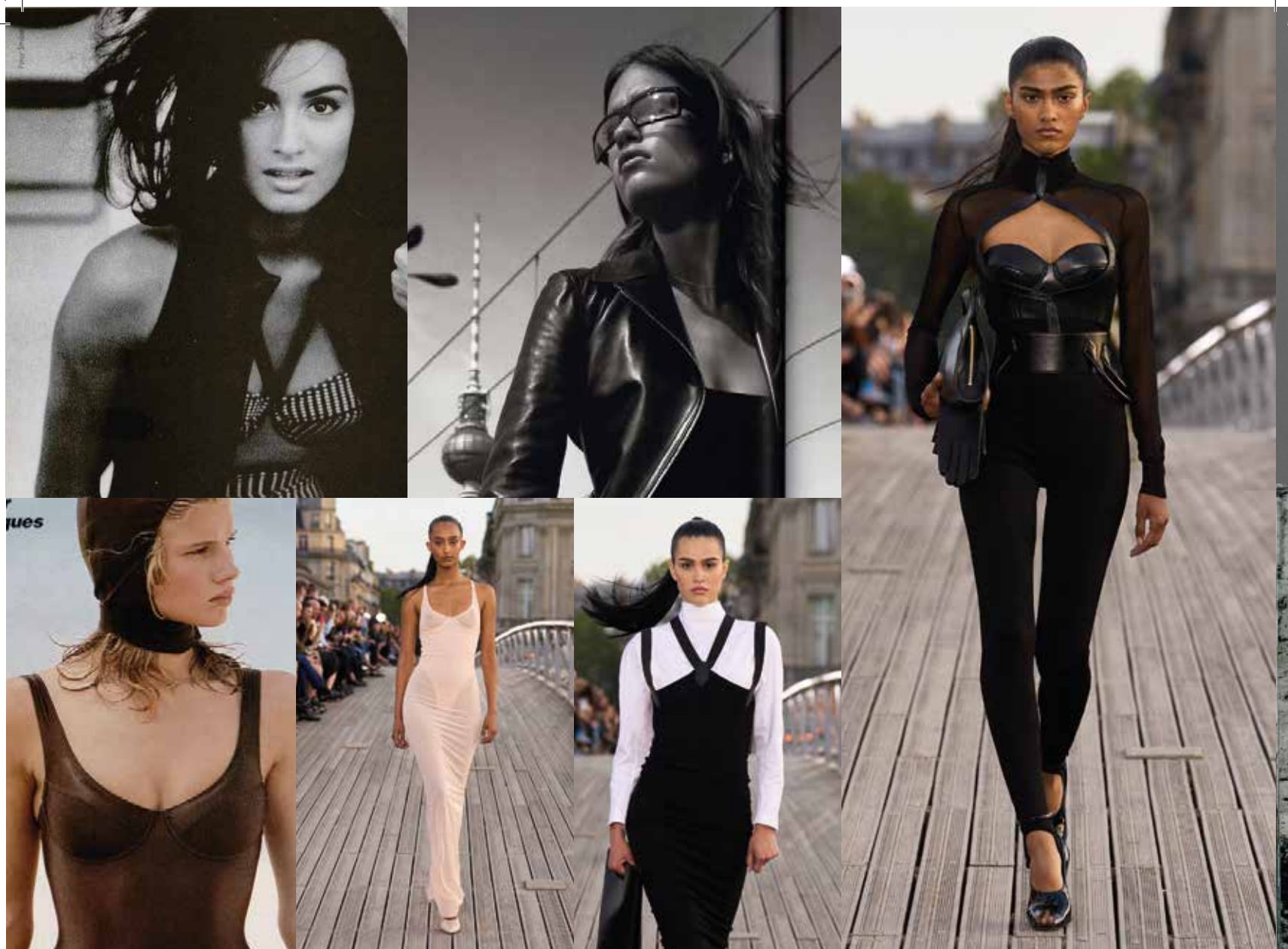
MANNEQUIN : Cenit Nadir © cenitch

DIALOGUES  
*d'a.*

Pieter Mulier chez *Alaïa*, Nicolas Di Felice chez *Courrèges*, Rodrigo Basilicati-Cardin chez *Pierre Cardin*, Guillaume Henry chez *Patou*, Daniel Roseberry chez *Schiaparelli*, Louise Trotter chez *Carven*, Julien Dossena chez *Rabanne*, Harris Reed chez *Nina Ricci*. Tous ont *profité* de leur collection *printemps-été 2024* pour faire *dialoguer* leur univers avec celui des *illustres maisons* dont ils ont repris la direction artistique. Une volonté de *perpétuer* un vocabulaire *stylistique* à travers des *inspirations* communes.

Réalisation LAURE AMBROISE

*rchive*



## PIETER MULIER CHEZ ALAÏA

Latex brillant, cuir sophistiqué, maille laquée, épaules présentes, flanelle sensuelle, transparence enivrante, taille corsetée, calot et cagoule signatures, jupe crayon, manteau officier, leggings fuselés, robe de sirène moulante, string taille haute : les deux couturiers ne font qu'un, autour de la femme et de ses courbes. Certains critiques parlent de fétichisme, mais Pieter Mulier préfère évoquer des obsessions personnelles qu'il veut présenter d'une autre manière que celles que l'on a pu voir jusqu'à maintenant. *"C'est la sexualité sans vulgarité"*, résume-t-il. Cette collection met au défi le temps qui passe et les évolutions de la mode à travers lui. *"Les coutures suivent la forme du corps et donnent vie à ces vêtements, tout en racontant les évolutions et les perfectionnements, en dévoilant tous les procédés derrière la création. Ces modèles sont les échos des dessins, des archives provenant d'un autre temps, d'une autre vie désormais chérie et célébrée."* La femme ici dessinée est à l'image des bourgeoises newtoniennes des années 80 qu'on imagine danser jusqu'au bout de la nuit sur les pistes du Sept et du Palace. Elle est puissante et fière de mettre ses courbes en avant comme dans les années 40, sans pour autant se la jouer pin-up. Elle est forte, en dehors de toutes obligations ou conventions et s'impose à travers ses goûts,

sa démarche, son aplomb, sa fierté et sa beauté. Le vestiaire se veut assez restreint, et chaque pièce qui défile ne se verra pas proposée en boutique dans d'autres coloris ou matières. Ici, on réalise deux collections par an et on ne jette rien. Le designer belge, qui a étudié le droit puis l'architecture, est un ami proche de Raf Simons. Ce dernier faisait partie du jury lors du projet de fin d'études de Pieter Mulier, ayant comme thème "l'architecture de survie". Séduit, Simons l'embauchera pour sa marque éponyme puis en fera son bras droit, d'abord par Jil Sander, puis Dior Femme et enfin Calvin Klein. Mais cette mode qui va trop vite et doit plaire à tout le monde finit par le lasser. La passion revient avec Alaïa, cette maison confidentielle qu'il décide d'ouvrir à un public plus jeune tout en gardant ses plus beaux fondamentaux. Pieter Mulier est un designer rare dans son approche. Il travaille sur une idée forte, n'en déroge pas, ne s'égare pas. Il est juste.

SUR CETTE PAGE : Archives de L'Officiel n° 756, 1990 ; L'Officiel n° 877, 2003 ; L'Officiel n° 728, 1986. Collection Alaïa printemps-été 2024.

PHOTOS ALAÏA ET L'OFFICIEL





## NICOLAS DI FELICE CHEZ COURRÈGES

Comme André Courrèges qui passa dix ans dans les ateliers de Cristobal Balenciaga avant de lancer sa marque éponyme, Nicolas Di Felice passera douze années au côté de Nicolas Ghesquière, d'abord chez Balenciaga puis chez Louis Vuitton. De Ghesquière, il apprendra *“la précision. Même si je suis déjà quelqu'un de très précis, que j'ai un grand respect de la matière, que j'adore coudre et que je suis bon en technique, chez Balenciaga, c'était un niveau au-dessus. Chaque styliste avait peu de pièces à réaliser, mais chacune d'entre elles était plus qu'aboutie, la façon et la réalisation étaient d'une netteté parfaite, d'une perfection ultime”*, nous confiait-il après sa première collection. Nommé en septembre 2020 directeur artistique de Courrèges, saison après saison le designer belge s'épanouit avec talent dans cette maison. Il s'empare évidemment du blanc héritage et du vinyle qu'il exhume des seventies pour l'intégrer dans le monde d'aujourd'hui, entre street style et esprit clubbing. On aime sa dernière collection pour sa célébration du blanc immaculé, ses coups de scalpel dans ses pantalons western en cuir sanglé, ses robes du soir minimales, ses tops et ses chemisiers à poignets mousquetaire. Sans oublier sa scénographie où le podium a été remplacé par un sol en plâtre

prêt à craquer. Cette collection est un hommage à la radicalité, à la géométrie et à l'avant-gardisme. Elle lui a été inspirée par un séjour à Marfa, ville fantôme au milieu du désert texan et Mecque de l'art contemporain où s'est installé Donald Judd dans les années 1970 – l'un des grands maîtres de l'art minimal connu, notamment, pour ses Concrete, une quinzaine de parallélépipèdes en béton qui défient le désert. Loin du Texas, c'est à Charleroi, en 1983, qu'est né Nicolas Di Felice.

Il raconte que c'est à travers le visionnage des clips de la chaîne MTV, entre les années 90 et 2000, que son intérêt pour la mode s'est développé. À 17 ans, il intègre l'école de La Cambre à Bruxelles, comme avant lui Raf Simons, Martin Margiela, Anthony Vaccarello, Julien Dossena et Marine Serre. Depuis, il suit sa destinée, celle d'un des plus grands talents de sa génération, adulé aussi bien par Dua Lipa, Lilly Collins qu'Emma Mackey.



## RODRIGO BASILICATI-CARDIN CHEZ PIERRE CARDIN

Pierre Cardin a toujours vécu à cent à l'heure, curieux de tout ce que la vie pouvait lui offrir. Il fait ses débuts chez Jeanne Paquin, avant de devenir l'assistant de Jean Cocteau et Christian Bérard dans la réalisation des costumes pour *La Belle et la Bête*, en 1946. Après un passage éclair chez Elsa Schiaparelli, il est nommé premier tailleur de la maison Christian Dior. En 1953, il présente sa première collection haute couture dans laquelle on peut déjà découvrir ses coupes impeccables, son souci du détail et sa créativité hors norme. Il se lance également dans le prêt-à-porter féminin, choix qui, au début des années 60, fait scandale car les grands noms de la couture de l'époque pensaient qu'il était impossible de concilier ces deux mondes... Mais Pierre Cardin n'a foi qu'en l'expérimentation. En attestent sa robe bulles et son costume Mao, sa mode spatiale et son parti pris unisexe, sa chasuble à découpe hublot et sa robe moulée en fibres synthétiques, entre autres modèles novateurs. Ses formes construisent des silhouettes géométriques à base de ronds et de triangles ; leur volume sculptural impose au corps de s'y adapter. En 2018, deux ans avant sa mort (à 98 ans), le couturier avait nommé son petit-neveu, Rodrigo Basilicati-Cardin, directeur

général du groupe Pierre Cardin Évolutions. Cette année, c'est à l'Espace Niemeyer à Paris (également siège du parti communiste depuis 1965), que l'on a donc découvert la première collection de ce dernier, composée de robes géométriques dans un esprit Space Age avec des motifs tout droit sortis des seventies, et s'adressant à une génération plus jeune que les clientes habituelles de la maison. On peut y déceler le vocabulaire commun entre le couturier fondateur et son héritier à travers le mélange des couleurs, la pointe de fluo, la différence maîtrisée, la coupe impeccable, les ouvertures au laser, la vision futuriste assumée. *"Je veux aussi m'adresser à un public plus jeune, qui se détourne de plus en plus de l'uniformité"*, confiait Rodrigo Basilicati-Cardin à l'AFP en début d'année, juste après avoir dévoilé cette première collection qui signait au même instant le retour de la maison. Une partition bien jouée pour ce nouveau des podiums.

SUR CETTE PAGE : Archives de *L'Officiel* n° 545, 1967 ; *L'Officiel* n° 549, 1967.  
Collection Pierre Cardin printemps-été 2024.



## GUILLAUME HENRY CHEZ PATOU

Les premières créations de Jean Patou, qui fonde sa maison éponyme en 1914, libèrent la femme des rigueurs vestimentaires imposées jusque-là. Le couturier commercialise des robes sans corset, raccourcit les jupes, lance une ligne sport faite pour être portée en ville et un monogramme à ses initiales. Il se démarque par son côté visionnaire. Il fait, par exemple, de la championne de tennis Suzanne Lenglen son égérie, dessine des robes longues décolletées dans le dos au moment où le style garçonne est en vogue. Il devient alors le couturier aimé de célébrités comme Louise Brooks, Joséphine Baker ou Mistinguett. Et il ira même jusqu'à imaginer l'huile de Chaldée, la première huile de bronzage, car la peau hâlée est le nouveau chic des Parisiennes. Nommé en 2018 directeur artistique de la maison, Guillaume Henry – passé auparavant chez Carven où il avait déjà réveillé une belle endormie –, développe un prêt-à-porter couture délicat et raffiné. Comme Jean Patou, il pense la mode comme un art de vivre, toujours en mouvement, dont les mots élégance, beauté, beaux arts et fantaisie composent la philosophie.

Pour sa collection printemps-été 2024, baptisée *Dancing Diaries*, le designer s'inspire du sens de la fête que possédait Jean Patou,

qui avait fait installer un bar à cocktails dans son salon afin que ses défilés en interne se terminent dans une joie festive. C'était dans les années 1920, les Années folles... Un siècle plus tard, Guillaume Henry rejoue la partition dans une ambiance disco façon club éclairé en rose fluo dans lequel défile une mode aux couleurs cocktails, du pêche au menthe à l'eau en passant par l'orange sanguine.

On aperçoit ainsi des reines de la nuit parées tantôt de satin bleu miroir tantôt de jabot mandarine, de taffetas ou de soie, comme si elles étaient prêtes à s'élancer sur la piste de danse dans un esprit sixties. La mode de Guillaume Henry n'est pas le fruit d'un concept, c'est une mode qui s'adresse aux femmes, ses collègues, ses amies, toutes celles qui l'entourent. Entre strass et paillettes, elle évoque avec nostalgie les longues soirées estivales sur le dancefloor et met en lumière le pouvoir de la mode pour élever et inspirer, comme l'a fait Jean Patou avant lui.

SUR CETTE PAGE : Archives de *L'Officiel* n° 557, 1968 ; *L'Officiel* n° 584, 1971.  
Collection Patou printemps-été 2024.



## DANIEL ROSEBERRY CHEZ SCHIAPARELLI

Elsa Schiaparelli découvre la mode après une visite chez Paul Poiret et décide, en 1927, de lui consacrer tout son temps. Elle réalise une première collection de pulls et de sweaters qui seront comparés à des chefs-d'œuvre. Ils affichent pour la première fois les symboles chers à la créatrice : le nœud, le serpent, le squelette, le tatouage de marin et le cœur. Son succès l'emmène jusqu'à la place Vendôme, au 21, qui deviendra sa maison de couture. Dans les années 30, elle collabore avec les surréalistes comme Salvador Dali, avec qui elle crée la fameuse robe du soir homard destinée à Wallis Simpson.

Jean Cocteau, Alberto Giacometti, Man Ray ou encore Jean-Michel Franck feront également partie de sa garde rapprochée. C'est ainsi que l'histoire de Schiaparelli devient l'une des plus artistiques de la mode. En 2019, après dix ans passés chez le tailleur new-yorkais Thom Browne, le Texan Daniel Roseberry, fils d'un prêtre et d'une artiste, est nommé directeur artistique de la célèbre maison de couture. Ses défilés haute couture font partie des plus prisés, et comptent parmi les invités la rappeuse Doja Cat et son look aux 30 000 cristaux Swarovski rouges, ou Kylie Jenner et sa robe tête de lion. Pour la marque, il imagine cette saison sa deuxième collection prêt-à-porter. Tailleur à jupe

drapée, veste brodée, denim *oversized*, veste habillée, encolure couture et homard en collier. À ses débuts chez Schiaparelli, Daniel Roseberry s'était juré de ne pas toucher au homard, estimant qu'il s'agissait d'une référence trop évidente. Quatre ans plus tard, le pas est franchi et le crustacé s'invite sur le podium parmi les énormes accessoires en or s'inspirant des formes de Brancusi.

Quant au Mad Cap, cet étonnant chapeau en maille prenant tantôt la forme d'un bonnet tantôt celle d'un tube, et qui était l'incarnation même du goût prononcé d'Elsa Schiaparelli pour les couvre-chefs uniques et les accessoires surréalistes, il laisse ici sa place au foulard, plus facile à porter. Que ce soit la couture ou le prêt-à-porter, Daniel Roseberry, comme Elsa Schiaparelli, transforme tout ce qu'il touche en œuvre d'art, contribuant à l'élaboration d'une nouvelle grammaire esthétique par l'utilisation fréquente de bijoux et de ferronnerie en or.

SUR CETTE PAGE : Archives de *L'Officiel* n° 888, 2004 ; *L'Officiel* n° 365, 1952 ; *L'Officiel* n° 640, 1978. Collection Schiaparelli printemps-été 2024.



## LOUISE TROTTER CHEZ CARVEN

La créatrice britannique vient de signer cette saison sa première collection pour la maison Carven – qui était en sommeil depuis 2018. Avec son allure minimale radicale, Louise Trotter qui a sévi chez Lacoste précédemment, vient d'affirmer en un show qu'elle était la femme de la situation. Elle est d'ailleurs la première créatrice, depuis Marie Louise Carven (née Carmen de Tommaso, fondatrice de la marque), à reprendre les rênes créatives. Avant elle, il y avait eu Guillaume Henry et Serge Ruffieux. Dès son arrivée, elle a déclaré : *“Je me sens honorée d'écrire un nouveau chapitre pour Carven, une maison française qui incarne pour moi un esprit de liberté, de joie et une féminité confiante. Je m'inscris dans l'héritage de Madame Carven en créant des vêtements d'une nouvelle simplicité, à la fois utiles et beaux, tout en étant respectueuse des personnes et de notre environnement.”* Mais quel est donc l'héritage de Marie-Louise Carven ? Celle-ci a consacré sa vie à montrer que l'élégance s'adresse à tous types de silhouettes (elle qui ne mesurait que 1,55 mètre) en dessinant des vêtements au chic très parisien. Elle aimait les tailles bien prises en multipliant les pinces, les jupes amples, la couture confortable, les vêtements nets sans fioritures, le vert

qui deviendra sa couleur signature, et les uniformes dont elle finira par redessiner celui des hôtesse de l'air d'Air France en 1978. De ses fondamentaux, on retrouve chez Carven par Louise Trotter une idée de l'uniforme. La créatrice en a porté tout au long de sa scolarité en Angleterre, elle se souvient les avoir découpés et recousus dans un autre genre en guise de rébellion. On retrouve également la taille ceinturée, des épaules étoffées, des hanches présentes, une palette d'une grande sobriété débridée par quelques éclats de couleurs sur des sacs, très peu de pantalons, des coupes sportswear, des jupes assez longues et très droites, des superpositions, des jeux de bustiers, de très beaux manteaux et trenchs et des chaussures massives, carrées et plates. À la fin de son défilé, Louise Trotter explique avoir imaginé *“une Parisienne des années 50 exposée au minimalisme des années 90, habillée de manière élégante mais sobre. Je voulais adopter l'approche 'less is more', me concentrer sur ce que je voulais dire et créer.”* Chose dite, chose faite.



## JULIEN DOSSENA CHEZ RABANNE

Fils de l'une des premières mains de Cristobal Balenciaga en Espagne, Paco Rabanne a toujours été attiré par l'art sous toutes ses formes. Après ses études d'architecture aux Beaux-Arts à Paris et sa nomination à la Biennale de Paris, il se lance dans la fabrication artisanale d'accessoires fantaisie, comme des boutons ou des broderies qui s'appliquent sur des vêtements couture signés Balenciaga, Nina Ricci, Pierre Cardin, Courrèges ou Givenchy. En 1966, il présente sa première collection "Manifeste : douze robes en matériaux contemporains", agrémentée de sequins, anneaux métalliques et plaques en rhodoïd, présageant une mode futuriste proche du design industriel, et rentre dans l'histoire de la mode à la façon d'un visionnaire. Il fait de l'expérimentation son terrain de jeux avec des modèles en papier, en cuir fluorescent, en métal martelé, en jersey d'aluminium ou en fourrure tricotée. En 2013, Julien Dossena est nommé directeur artistique de la marque. Ce dernier, qui a aussi fait ses classes chez Balenciaga, veut amener les références radicales du couturier vers une mode à porter au quotidien.

Une décennie plus tard, c'est chose faite. Sa collection printemps-été 2024 est une réflexion sur le savoir-faire,

autour de broderies géométriques, de franges en pointe de mouchoir, de laçages, de tissus bruts, de drapés sur capuche... Comme on pouvait lire récemment dans nos pages, la peau n'est pas simplement exposée, elle est impliquée dans une expérience matérielle. On observe de la maille de métal liquide contre la jambe, le frémissement d'un assemblage de disques en bois et de plumes de paon. Au-delà du noir, de l'or et de l'argent, emblématiques de la maison Rabanne, des dégradés de tons désertiques sont proposés ainsi que du cuivre lumineux et des nuances froides de bleu et de lilas. Enfin, Julien Dossena revisite *Nues*, la série iconique du photographe Jean Clemmer en collaboration avec Paco Rabanne, mettant en scène des femmes presque nues, à l'exception d'un assemblage de chaînes tombant en cascade et drapant leur corps. À la fois érotiques et poétiques, ces images de 1962 apparaissent sur des débardeurs, dont l'un est porté avec une robe en cristaux Swarovski et maille métallique. Quel talent !

SUR CETTE PAGE : Archives de *L'Officiel* n° 660, 1980 ; *L'Officiel* n° 571, 1969 ; *L'Officiel* n° 645, 1978. Collection Rabanne printemps-été 2024.



## HARRIS REED CHEZ NINA RICCI

Nina Ricci fonda sa maison de couture en 1932. Les Parisiennes venaient y faire prendre leurs mesures pour pouvoir porter des robes légères agrémentées de volants, dentelles et broderies qui créaient une esthétique féerique ; chaque pièce était réalisée avec une haute précision artisanale. En collaborant avec Nina Ricci, Harris Reed apporte un vent de nouveauté et d'audace à la marque tout en respectant cet héritage composé de nœuds époustouffants et de fourreaux sublimes.

Harris Reed a toujours été passionné par l'expression de soi à travers l'art et la mode. Originaire de Los Angeles, il grandit dans un environnement créatif entre un père producteur de films documentaires oscarisé, et une mère mannequin et créatrice lifestyle. Après avoir obtenu son diplôme à la Central Saint Martins, à Londres, le couturier se fait rapidement remarquer avec son style mêlant références historiques et touches glamour au sein de sa propre marque. Repoussant les frontières, il imagine des pièces qui s'affranchissent des catégories classiques du vêtement masculin et féminin. Ses créations jouent avec les formes, les tissus et les couleurs pour composer une esthétique androgyne, fluide, où la liberté d'expression est primordiale. Au-delà de son talent

indéniable, Harris Reed est également un fervent défenseur de l'inclusivité et de la diversité. Pour lui, la mode est un moyen de célébrer l'individualité et d'encourager l'expression personnelle, quel que soit le genre ou l'orientation sexuelle. Nommé en septembre 2022 directeur artistique de Nina Ricci, le designer relève le challenge de conserver l'élégance féminine de la marque tout en y insufflant une dose de provocation, et, depuis, enflamme le front row. Cette saison est l'occasion d'ouvrir son bal en grande pompe avec une minirobe de Baby Doll en soie duchesse accessoirisée de longs gants très soir, suivie de robes colonnes, de décolletés sculpturaux, de tailleurs-pantalons superstars et de tailleurs "grande dame". Harris Reed aime le soir, l'exubérance, l'excès, le lamé, la plume de cygne, le bijouté, les couleurs dragées, les bustiers, les talons surélevés, la mode avec un grand M qui en met plein les yeux avec un casting de stars, entre Precious Lee et Ashley Graham.

# *L'exercice de style de* HALLEROED

Le cabinet d'architecture *suédois* Halleroed, fondé par Christian et Ruxandra Halleröd, est à l'origine des *boutiques* les plus *influentes* du monde de la mode, d'Acne Studios à Byredo, de L/Uniform à Toteme. Rencontre avec la *nouvelle vague* scandinave.

Par LAURE AMBROISE



# L'ARCHI



Christian et  
Ruxandra Halleröd.

# L'ARCHI



Photo Ludovic Baley, DR

NOUS AIMONS  
VRAIMENT *comprendre*  
LA MARQUE OU  
LA *personne* POUR  
LAQUELLE NOUS  
TRAVAILLONS, ET  
*construire* AUTOUR  
D'ELLE UN *monde* À  
LA FOIS PHYSIQUE  
ET *imaginaire* QUI, JE  
DIRAIS, CONSISTE  
EN UNE IDÉE OU  
UNE *atmosphère*.

Quand on rencontre des architectes et des designers, on a toujours envie de savoir comment leur environnement les a façonnés. C'est donc ainsi que l'interview avec Christian et Ruxandra Halleröd a commencé. En quoi la Suède vous inspire-t-elle ? *"Elle symbolise autant la nature que la riche histoire du design que nous avons connue jusqu'aux années 60-70."* Ceci explique certainement la destinée du couple. Lui entre à l'école suédoise d'art et d'artisanat Carl Malmsten où il se forme à l'ébénisterie et à la conception de mobilier. Il ne cesse de voyager tout au long de ses études afin de découvrir les intérieurs des grands noms de la mode des nineties, tels que Comme de Garçon, Martin Margiela où Helmut Lang pour ne citer qu'eux. Elle, partage ses études d'architecture entre Stockholm et Porto, et aime aussi s'envoler un peu partout de Moscou à Los Angeles. Elle se souvient tout particulièrement de son voyage en France qui lui a permis de visiter une maison de ville signée Le Corbusier. *"Malgré son très mauvais état, les idées étaient toujours aussi fortes et intemporelles."* Fascinée par les lignes de l'architecture contemporaine, elle propose comme projet de fin d'études

"post-collectif", un projet d'urbanisme à Pitesti, sa ville natale en Roumanie, pour lequel elle étudie, avec son binôme, la façon dont les villes roumaines ont changé pendant l'ère communiste, et ce qui s'est passé lorsque ce système s'est effondré. Son diplôme en poche, Ruxandra fait ses classes chez l'un des architectes les plus influents de Suède, Thomas Sandell, à qui l'on doit la Bourse de Stockholm. *"Au bout de six ans, j'ai voulu en savoir davantage sur la construction tout en réussissant à maintenir la qualité du projet à toutes ses étapes. J'ai donc commencé à travailler pour Oscar Properties, le promoteur immobilier en Suède qui, à mon avis, n'a pas d'équivalent."* Ce fut l'occasion pour elle de travailler avec de nombreux jeunes architectes non établis, mais également avec de grands cabinets comme OMA, conduit par Rem Koolhaas et David Gianotten. Le design scandinave est un courant esthétique connu pour ses intérieurs minimalistes, son architecture innovante et durable ainsi que son artisanat de grande qualité. Naître ici, c'est être encouragé dans cette voie. Leur éducation va également jouer son rôle dans leur destinée. Christian est issu d'une famille qui aime l'artisanat et le travail de la main. Celle de Ruxandra est férue de musique, de dessin et de peinture, des arts qui lui sont transmis. Et en termes de mentors, ces deux-là n'en manquent pas. *"Ils sont nombreux et dépendent de nos humeurs, mais Scarpa, Loos, Asplund, Kuramata font indéniablement partie de notre histoire."* Question ADN, celui de Halleröd est défini ainsi : *"Nous n'avons pas d'esthétique particulière, mais nous avons une façon de penser les projets et de travailler avec les clients qui, à la fin, est peut-être reconnaissable. Comme nous travaillons avec des marques très différentes, nous essayons de les comprendre et de trouver un langage qui corresponde à leur environnement physique très spécifique. Nous travaillons avec des éléments et des matériaux peu nombreux mais précis et nous essayons de les rendre aussi forts que possible sur le plan visuel. C'est peut-être une façon de penser luthérienne qui, je pense, est très suédoise. Nous accordons une attention particulière à la façon dont les matériaux se lient les uns aux autres. Nous aimons évidemment le bois, mais nous sommes toujours curieux de découvrir de nouveaux matériaux. Certains disent que nous avons l'œil pour combiner les couleurs et les matières. Nous essayons de créer des intérieurs inattendus et de faire vivre une expérience agréable aux personnes qui les fréquenteront."* Est-ce qu'il y a une narration au début de chaque projet avec Halleröd ? *"Oui, on peut peut-être l'appeler comme ça. On peut aussi l'appeler analyse + stratégie. Ou simplement 'compréhension'. Nous aimons vraiment comprendre la marque ou la personne pour laquelle nous travaillons, et construire autour d'elle un monde à la fois physique et imaginaire qui, je dirais, consiste en une idée ou une atmosphère. Je pense que c'est plus pertinent que de raconter des histoires. Pour nous, la narration est plus superficielle."* Le duo travaille aux quatre coins du monde pour Acne Studios (de Shenzhen à Miami en passant par Melbourne et Singapour), L'Uniform (Paris), Toteme (de Shanghai à New York et Londres), Byredo (Los Angeles et Stockholm), Axel Arigato (Paris) et Khaite (chez Bergdorf Goodman à New York). Qu'aiment-ils dans l'exercice de la réalisation de boutiques ? *"Explorer la même*

*idée dans différents endroits, ce qui nous oblige à être plus précis sur ce qui est important pour la marque et le concept. C'est aussi agréable de voir que tout n'est pas générique et que tout ne se ressemble pas où que l'on soit. Nous essayons toujours d'éviter d'être générique, c'est ennuyeux, commercial et inintéressant pour le client. Il est également intéressant de comprendre ce que vous voulez apporter de vos racines et ce que vous voulez explorer dans le pays ou dans la ville où se déroule le projet."* Sur quel projet aimeraient-ils travailler ? *"Un petit hôtel. Ou quelque chose pour Raf Simons."* À bon entendeur...

### **Habitué à faire le tour du monde pour ses projets, le duo d'Halleroed nous parle de ses dernières réalisations :**

Pour Acne Studios à Shenzhen en Chine, nous avons mis en scène le mobilier de Max Lamb avec l'éclairage de Benoît Lalloz et les mannequins de Daniel Silver. La marque travaille depuis longtemps avec sa couleur signature rosée que nous avons explorée dans ce magasin en multipliant les

surfaces et les matériaux, ainsi on a créé un nouvel escalier surdimensionné, un sol en granit rose clair bouchardé et le système métallique en anodisé rose. Pour Acne Studios à Singapour, nous voulions obtenir un effet de miroitement. Nous avons travaillé avec le système de verre et de métal que nous avons développé pour eux, l'éclairage de Benoît Lalloz est ici en finition métallique brute, et nous l'avons mixé avec un tapis en laine et des marches argentées pour obtenir la brillance et l'éclat. Pour Frame à Los Angeles, nous sommes inspirés de la maison-atelier de l'architecte Rudolf Schindler et du travail du bois du sculpteur J.B. Blunk. Pour le magasin d'Axel Arigato à Paris, nous voulions explorer le mélange d'éléments sculpturaux monolithiques dans un travertin brut mélangé à un look minimal contemporain. Les blocs de travertin servent de présentoirs mais ont un caractère fort qui leur permet d'être autonomes. Pour L/Uniform à Paris, nous sommes inspirés des arts suédois et japonais mêlés à des matériaux traditionnels français tels que la pierre calcaire dans un mélange subtil de ces différentes cultures.



Bureaux, New York.

# L'ARCHI



Photos Ludovic Balay, Benoit Florencon DR

Boutique Acne  
Studios, Singapour

# L'ARCHI



# *Le bien-être* DURABLE

Niché sur le rivage de *Taghazout* à 25 km au nord d'Agadir, *Paradis Plage* est le premier *éco-resort* indépendant du Maroc à combiner surf, *fitness*, yoga et *spa*. Les pieds dans *l'eau*, dans un cadre *idyllique* face à l'océan Atlantique, ce complexe *unique* en son genre a fait du bien-être *durable* et du ressourcement *intégral* une authentique marque de fabrique pour *redynamiser* son corps, revitaliser ses sens, *éveiller* son esprit et vivre une expérience unique.

Par HUGUES ROY

Entre les vagues de l'océan Atlantique et les collines du Haut Atlas, à quelques kilomètres au nord d'Agadir, la baie de Taghazout – première station écotouristique au Maroc – est, depuis 1970 et l'arrivée des premiers surfeurs étrangers, l'un des spots de surf incontournables d'Afrique du Nord. Baignée par un climat idyllique tout au long de l'année, la région bénéficie d'un swell constant à l'origine de vagues mondialement réputées comme Anchor Point, Killer Point, Mystery ou Boilers qui attirent les riders du monde entier en quête de longs *pointbreaks*. Quelques encablures plus au nord, sur la route d'Essaouira, c'est au cœur du petit village de pêcheurs d'Imi Ouaddar que Paradis Plage Surf Yoga & Spa Resort a pris ses quartiers il y a douze ans sur trois hectares en front de mer. Loin à l'écart de l'agitation touristique d'Agadir et des surfeurs de Taghazout, le resort s'est engagé depuis ses débuts dans une démarche écologique et durable pour offrir une expérience unique axée sur la détente et le bien-être de l'esprit et du corps en harmonie avec la nature.

### Intégration environnementale

Anciennement lieu de villégiature de la famille Kabbage depuis les années 60, c'est un partenariat clé avec la marque australienne de surf Rip Curl qui a donné naissance à cette oasis de luxe éco-responsable et son positionnement de niche audacieux et pionnier sur le surf, le yoga et le wellness. Loin d'être un simple argument marketing, l'approche écologique réside dans le moindre détail, des énergies renouvelables aux circuits courts, en passant par l'architecture qui s'inscrit dans le paysage sans jamais le dénaturer.

Conçus par le paysagiste espagnol Sergio Castañeda Beltrán, les espaces verts couvrent en effet plus de la moitié de la surface du resort, les plantes utilisées ont été sélectionnées parmi les espèces endémiques les plus résistantes et les matériaux de construction proviennent d'un rayon n'excédant pas trente kilomètres. Le souci environnemental est également présent à travers les systèmes d'arrosage au goutte-à-goutte provenant de la station de retraitement des eaux usées intégrée à l'établissement, le recours à l'énergie solaire pour réduire la consommation d'électricité, le tri sélectif des déchets... et jusqu'à l'artisanat local mis à l'honneur aussi bien dans l'architecture extérieure que le design d'intérieur (charpente en bois, toits de chaume, sols en parquet...). En outre, la direction de l'hôtel organise régulièrement des collectes de déchets sur le littoral et met en œuvre des actions de soutien en faveur des jeunes, des femmes et de l'artisanat local à travers sa fondation. Une politique écologique et responsable menée à différentes échelles qui a valu au resort de se voir attribuer le prestigieux label "Clé verte".

### Suites avec vue et respect du terroir

Si le resort est apprécié pour son concept de bien-être global basé sur la durabilité, il l'est tout autant pour la qualité de ses infrastructures regroupées sous forme d'un petit village simple et vivant offrant des espaces aussi différents que complémentaires aux résidents. L'hébergement est constitué essentiellement de "suites avec vue", de bungalows en duplex et de villas, réparties en six bâtiments n'excédant pas plus



La piscine centrale.



Une chambre en bungalow.



La plage privée.



L'espace Yogi Surfer.



La terrasse du restaurant Océan..



Le restaurant Le 27.



Le Chiringuito.

de deux étages, dont les volumes épurés ont été pensés pour jouer avec la lumière au cours de la journée dans chacune des 107 clés du resort. D'un confort certain et décorées dans des tons doux et légèrement bleutés, toutes disposent d'un coin cuisine, d'une terrasse avec vue et bénéficient d'un accès direct à la piscine chauffée, la plage de sable fin, les espaces communs ou encore les restaurants.

Esprit écologique et respect du terroir sont la philosophie des trois tables du resort, mise au service d'une *slow food* organique et healthy, adepte de locavorisme, à base de produits issus de l'agriculture biologique et de la pêche artisanale en provenance d'une ferme de la région et du petit port de pêche mitoyen. Abrité sous une magnifique charpente de marine, Océan, buffet aux inspirations nomades avec sa terrasse ouverte sur la piscine baignée de soleil, propose des plats aux origines cosmopolites et sert, chaque matin, un petit déjeuner nutritif et gourmand, idéal pour entamer une journée active avec le plein d'énergie. Restaurant à la carte, le 27, avec ses différents espaces lounge, propose une cuisine méditerranéenne naturelle et créative et offre une atmosphère immersive et élégante autour d'une carte évolutive concoctée en fonction des produits de saison. À l'ombre de grandes voiles de bateau pour se protéger du soleil, on s'attable sous la pergola au plancher de bois pour suivre la course du soleil plongeant dans l'océan et déguster la fraîcheur des produits de la mer, poissons, coquillages et crustacés tout juste sortis

de l'eau. Pour rester en contact avec la mer, le Chiringuito propose une formule plus décontractée de la pêche du jour, grillée ou à la plancha, de salades croquantes et de burgers gourmands à grignoter à midi sur une terrasse totalement ouverte sur la plage.

### Bien-être intégral

Le concept de l'hôtel repose sur la complémentarité du surf, du yoga et du spa qui apporte au corps et à l'esprit un bien-être général et une harmonie avec la nature. Au Surf House, planté face à la mer, on opte pour différentes formules et packages adaptés à son niveau et à ses envies de glisse, de l'apprentissage à la recherche du spot parfait. Surf school, surf guiding, stand-up paddle ou encore body board, tout y est ! Ce lieu unique dédié aux amoureux de la glisse a été imaginé en partenariat avec Rip Curl pour offrir le meilleur enseignement, avec des coachs locaux expérimentés et un matériel de qualité. Après les sessions de surf, c'est également ici que l'on se retrouve pour siroter un verre autour d'un feu de camp ou encore visionner un film sous les étoiles en profitant de la douceur de l'air marin. Côté wellness, c'est dans un shala en direct de la plage que l'on peut pratiquer le yoga trois fois par jour et sept jours sur sept. Composé de deux pavillons ancrés dans une dune dominant la mer et reliés par un bassin de lotus, ce beau complexe est une invitation à la détente, spécialement étudié



pour le hatha yoga, le vinyasa yoga et le yin yoga. Autant de voyages intérieurs dans lesquels l'harmonisation du mouvement, l'alignement corporel et la conscience du souffle sont toujours des outils de pratique et de transformation positive consciente. Des cours individuels sont également disponibles sur demande, quel que soit son niveau, ainsi que des options de yoga et de massage spécialisées. Pour sublimer ces moments d'extrême relaxation ou de surf intense, on file au Paradise EcoSpa, pour des soins en tous genres, issus de la tradition orientale marocaine revisités par les arts traditionnels de bien-être du monde pour offrir une carte complète et des programmes ciblés qui répondent à tous les besoins et comblent toutes vos envies. Dans cet espace lumineux de 300 m<sup>2</sup>, le meilleur des produits d'ici et d'ailleurs aux actifs naturels, récoltés dans le respect de l'environnement et de l'homme, accompagnent les rituels de soins pour une efficacité optimale : huile d'argan de Taroudant, huiles essentielles de la région de Marrakech, crème de pépins de figue de Barbarie du Souss Massa, pistils de safran de Taliouine, extraits de roses de la vallée du Dadès... Ces expériences s'articulent autour de plusieurs espaces : hammam traditionnel ou contemporain, bassin hydro-massant, luminothérapie, aromathérapie... Et comble de la volupté, un espace de massage en plein air pour vivre une expérience unique, au rythme des vagues, seul ou à deux, avec pour seul horizon l'océan, à l'abri d'un drapé de voilages caressé par la brise.

*Paradis Plage SurfYoga & Spa Resort, Km 27 route d'Essaouira, Imi Ouaddar. Tél. : 05 28 20 03 82. [www.paradisplage.com](http://www.paradisplage.com)*



Le yoga shala.



L'espace massage en plein air.



# ADDRESSES

## **MODE, JOAILLERIE & HORLOGERIE**

**Alamelu Paris**

@labelalamelu

**Anthony Peto Paris**

anthonypeto.com

**Bella Pelle**

05 22 27 20 04

**Carla St Barth**

carla-saintbarth.com

**Cartier**

05 22 43 12 12

**Dior**

05 22 79 66 89

**Diyhan**

dihyanjewelry.com

**Emanuel Ungaro**

ungaro.com

**Etienne Jeanson Paris**

etiennejeanson.com

**Francesca Bolsi Antiques & Design**

Paris

francescabolsi.com

**Gemy Maalouf Paris**

gemymaalouf.com

**Gucci**

05 22 79 21 50

**Hermès Paris**

hermes.com

**Houda Larini**

@larinihouda

**Inès de La Fressange Paris**

inesdelafressange.fr

**Kartell**

05 22 99 63 04

**Leonard Paris**

leonardparis.com

**Louis Vuitton**

05 22 79 00 40

**Maison Close Paris**

maison-close.com

**Manzil Kabasi**

manzilkabasi.com

**Marc Deloche Paris**

marc-deloche.com

**Mimia LeBlanc Jewelry**

mimialeblancjewelry.com

**Naïs Concept**

05 22 26 16 01

**Natan Paris**

natan.be

**Neyleen Fine Jewellery**

neyleen.com

**Parallèle Paris**

parallelele.com

**Prada Paris**

prada.com

**Siham Sara Chraïbi**

@maisonsarachraibi

**Studio 14**

05 22 49 18 19

**Valentine Gauthier Paris**

valentinegauthier.com

**Wi Paris**

wi-paris.com

## **BEAUTÉ**

**Faces**

facesbeauty.ma



MAZAGAN

BEACH & GOLF RESORT MOROCCO



## VACANCES D'ÉTÉ À MAZAGAN

Profitez du soleil et de la côte atlantique dans le resort le plus emblématique du Maroc

Bénéficiez de remises sur votre séjour et soins spa

INFOS / RESA : 0523 388 080



PATEK PHILIPPE  
GENEVE



TWENTY~4 AUTOMATIQUE  
FONDEZ VOTRE PROPRE TRADITION

PASSION  
HAUTE JOAILLERIE & HORLOGERIE

83, rue Moussa Ben Nussair  
Casablanca · Tél. +212 522 47 00 08  
Fax +212 522 47 00 07