



## Le meilleur à Genève

### **BONPOINT**

Vêtements pour enfants  
de 0 à 16 ans

### **CAVIAR HOUSE & PRUNIER**

Caviars, saumons Balik,  
foies gras, produits truffes

### **CHOCOLATS ROHR**

Le monde du chocolat

### **DAMIEN & CO**

Coiffure, soins esthétiques

### **MAISON DUPIN**

Fondée en 1820  
Décoration, architecture  
d'intérieur

### **FLEURIOT FLEURS**

Décorations florales

### **GRANDE BOUCHERIE DU MOLARD**

Boucherie, charcuterie,  
traiteur depuis 1921

### **HOFSTETTER SPORTS**

Sportswear, ski, outdoor,  
running, tennis, beach,  
gym et fitness

### **JAQUES OPTICIENS**

Maîtres opticiens  
depuis 1873

### **CHRONOMETRIE KUNZ**

Horlogerie

### **LA CAVE DU PALAIS DE JUSTICE**

Vins, spiritueux, cellier

### **LA FARANDOLE**

Arts de la table

### **MANDARIN ORIENTAL GENEVE**

Hôtel\*\*\*\*\*, restaurants

### **RAFFI CIGARES**

Havanes d'exception

### **SST VOYAGES**

Affaires, événements,  
séminaires, tourisme

### **VISION COLOR**

Vente et installation  
de matériel audiovisuel



© Feux d'artifice de Genève - photo: Nicolas Lehr

## Le mot du président

Il s'en est passé bien des choses depuis quelques mois sur notre bien chère planète. Comme s'il avait été urgent de remettre de l'ordre, comme si les forces suprêmes nous avaient prévenus que nous étions sur un mauvais chemin. Quel orage, quel séisme! Mais quelle opportunité pour l'Homme de prouver ses capacités et sa rage à surmonter les obstacles! Jamais telle mobilisation n'avait été vécue!

Toutes et tous avons été touchés, nous avons dû remettre en question nos certitudes et nos moyens. A son très humble niveau, notre association s'en retrouve plus forte, plus persuadée que jamais que ce qui réunit nos membres réside dans la même volonté d'excellence: car elle seule est la clef de nos succès.

Excellence dans le produit, dans le service à notre clientèle, dans le respect de nos employés, dans la qualité de nos démarches: ce sont les fondements de notre association et nous remercions les événements récents de nous donner raison. Dans cette optique, nous sommes très heureux d'accueillir deux nouveaux membres que nous avons le plaisir de vous présenter dans les pages suivantes. Je me joins à vous pour leur souhaiter une cordiale bienvenue.

N'oubliez pas notre grand rendez-vous de l'été sur le bateau «Lausanne», ancré dans la rade de Genève le samedi 8 août pour admirer l'époustouflant feu d'artifice qui aura comme thème les «Mille et Une Nuits».

Thierry Saey  
Président

Été 2009

### **Nos deux nouveaux membres**

- Vision Color  
- La Farandole

### **Zakuska Take Away**

### **Le temps du Rosé**

### **D'authentiques lunettes vintage**

### **Le restaurant à la maison**

### **Les tendances coiffure**

### **Le mythe du mouvement perpétuel**

### **Le confort et l'élégance de l'été**

### **Rêves de voyages**

# A la pointe de l'image et du son

## VISION COLOR

Créée en 1986, la maison Vision Color est l'une des seules à Genève à présenter le meilleur parmi les marques haut de gamme en audiovisuel et un éventail aussi large de prestations de qualité.

Sous la conduite de Thierry Fournier, 12 collaborateurs polyvalents assurent un service d'experts en vente, conseil, installation, intégration dans l'architecture, événements et réparation. Des conseils qui, dans chaque domaine, sont toujours adaptés aux attentes des clients.

Un showroom permet de mesurer la qualité de l'image et du son d'une gamme d'écrans plats et de chaînes haute-fidélité des plus novatrices. « Ici, précise Thierry Fournier, nous assurons un accueil personnalisé qui cerne au plus près les besoins de chacun ».

L'équipe de Vision Color bénéficie d'une vaste expérience dans des domaines professionnels exigeants, ce qui représente un atout déterminant pour l'ensemble de la clientèle.

A son actif - entre autres - signalons le matériel d'affichage du Montreux Jazz Festival, la participation à de grands symposiums tels que Infoworld de Reuters ou du World Economic Forum de Davos, la mise à disposition du plus puissant et du meilleur projecteur Sony permettant de multiplier par quatre la haute définition, l'installation de matériel de projection et de sonorisation pour des salles de conférence, les écrans de salles de trading, des caméras et des moniteurs destinés aux blocs opératoires, des écrans tactiles dans des musées.

prises spécialisées dans de différents domaines de compétence avant de racheter, puis de développer Vision Color. « Notre maison est dépositaire, pour la Suisse romande, de Locatel, le système de pay tv pour les hôtels. Elle est également chargée de l'affichage des résultats des élections du canton de Genève. Elle conduit des expertises pour des assurances, vend du matériel en gros à plusieurs magasins de la place, est agent Bose professionnel pour qui elle assure - entre autres - la sonorisation d'églises et de salles communales ».



« Chez nous, précise Thierry Fournier, nous ne proposons pas seulement du très bon matériel dans tous les registres de prix, mais nous mettons également l'accent sur le service après-vente. Par exemple, nous privilégions la réparation. Nous cherchons toujours, s'il est possible et intéressant pour eux, de remettre en état de marche les appareils de nos clients. Ceux-ci apprécient cette approche et le jour où ils décident d'acquérir un nouveau matériel, ils viennent chez nous en toute confiance ».

Technicien de formation, Thierry Fournier a acquis une vaste expérience en travaillant pour des entre-

« Nous nous sommes également positionnés sur le marché de la fibre optique, ajoute Thierry Fournier, ainsi que sur celui de la distribution d'images en haute définition avec, par exemple, l'aménagement de la boutique « Montreux Jazz Café » à l'aéroport de Cointrin ou le nouveau restaurant de la piscine des Vernets. Nous effectuons aussi des transferts d'images et de sons, tels que VHS ou super 8mm sur DVD. Une manière de sauver des documents et souvenirs ». Toujours à la pointe dans l'image et le son, tel pourrait être le slogan de Vision Color.

[www.visioncolor.ch](http://www.visioncolor.ch)

# La danse des cadeaux

## LA FARANDOLE

C'est en 1962 que Régine de Saugy fonde la Farandole. A l'origine, il s'agit d'un magasin de tissus et d'articles provençaux. Paul, son époux, biologiste, la rejoint en 1966.

La maison abandonne bientôt les couleurs et senteurs du midi pour se tourner vers les arts de la table et la déclinaison d'objets de décoration intérieure susceptibles de constituer des cadeaux de qualité.

Les actuels propriétaires ont suivi les traces des fondateurs. Marina de Saugy est arrivée dans l'entreprise en 1977 avant d'entrer dans la famille en épousant Alexandre qui, lui, a rejoint la maison en 1980.

Sur les présentoirs, les grands noms se côtoient : Ercuis pour l'argenterie et Baccarat pour la cristallerie. Les porcelaines et faïences sont anglaises avec Wedgwood, ou viennent de Limoges. Les objets design, colorés et ludiques, sont signés Alessi. La verrerie « soufflée bouche » porte le label Riedel. Alexandre de Saugy précise que la maison « tient à son indépendance et choisit ses fournisseurs. Nous voulons offrir le meilleur dans chaque domaine des arts de la table. Le vaste assortiment que nous proposons permet l'élaboration de listes de mariage, l'enrichissement ou le renouvellement du service de table après quelques années d'union et, bien sûr, chacun peut y trouver le cadeau qui convient le mieux à chaque circonstance et destinataire. Et ceci, à tous les prix. Chaque client doit pouvoir trouver non seulement ce qu'il cherche, mais également des idées originales. Nous sommes là pour le conseiller face au vaste éventail de possibilités que nous offrons ».

Les trois boutiques de la Farandole présentent aussi de la lustrerie, des carafes, des parfums d'ambiance Esteban, des bijoux fantaisie italiens ou en argent, des bougeoirs et des vases à fleurs. Il faudrait un véritable inventaire à la Prévert pour décrire tout ce que l'enseigne tient à la disposition de ses clients.

« Il est difficile de sortir de chez nous sans avoir trouvé une belle idée ou une solution », ajoute dans un grand sourire Marina de Saugy. Pari tenu !

[www.lafarandole.ch](http://www.lafarandole.ch)





## Des «showroom» haut de gamme

### MAISON DUPIN

Mettre en scène nos espaces de vie, c'est tout l'art de la Maison Dupin.

La dizaine de métiers d'art en architecture et décoration d'intérieur du groupe donne leur vraie dimension aux meubles, papiers peints, lampes, tissus, salles de bains et cuisines. « Afin d'aider les clients dans leur choix, il est essentiel de créer des présentations grandeur nature dans des décors soigneusement réalisés » explique Pascal Luthy. « Nous offrons l'un des plus vastes showroom loin à la ronde ».

1'500 mètres carrés d'espaces d'exposition où les visiteurs peuvent découvrir le meilleur des meilleures marques : tissus et meubles Kenzo, cuisines Porsche ou Poggenpohl, robinetteries et accessoires de salles de bain Czech & Speake, mobiliers Presotto et Fendi.

« Avant de déterminer son choix, le client peut ainsi se rendre compte de l'esthétique, de l'occupation de l'espace et des qualités de chaque élément », précise Pascal Luthy.

Tout ici n'est que qualité tant au niveau des marques représentées que des réalisations. Stéphane et Pascal Luthy et leurs 80 collaborateurs réalisent les projets d'architecture et de décoration d'intérieur avec un savoir-faire exceptionnel. Ils peuvent exécuter, de manière entièrement personnalisée et artisanale, les projets qui leur sont confiés. Ebénisterie et marqueterie, design, domotique, architecture, tapisserie, tissus, passementerie, courtoise, revêtements de sols et tapis, peintures et papiers peints, sont autant de spécialités dans lesquelles la société excelle. Un exemple unique en Europe.

Une expérience de 189 ans au service des clients les plus exigeants et, de plus en plus, de jeunes couples. Showroom et ateliers constituent une structure unique qui permet de gérer un projet d'architecture ou d'architecture d'intérieur de A à Z en comptant sur les compétences, rares aujourd'hui, d'artisans d'exception.

Une visite des espaces d'exposition s'impose. Les styles contemporains, glamour, old style alternent dans un esprit innovant et intègrent de plus en plus les technologies multimédias, les réglages automatiques de la température et des lumières et les systèmes de sécurité de pointe.

La Maison Dupin, c'est tout un art de vivre.

[www.maison-dupin.ch](http://www.maison-dupin.ch)



## Rêves de voyages

### SST VOYAGES

Qui n'a pas rêvé d'un voyage exceptionnel? Pas forcément sur la lune ou dans le palais d'un maharaja. Un voyage original, hors des sentiers battus. Ou alors, dans un contexte bien organisé, mais un séjour privilégié en plus et un service singulier.

SST Voyages s'est spécialisé dans ce genre de demandes.

Pour le créateur et patron de l'agence, Walter Gérard Schober, « toutes les agences proposent les mêmes itinéraires et des prestations relativement voisines. Or, de plus en plus de particuliers et d'entreprises cherchent l'originalité. Nous pouvons la leur offrir car nous sommes constamment à l'affût de possibilités nouvelles et notre connaissance approfondie de très nombreux

endroits nous permet de faire des propositions surprenantes ou de répondre à des demandes parfois farfelues! Il n'est pas rare que nous nous rendions sur place pour tester de nouvelles propositions ou pour mettre en relation des acteurs susceptibles de collaborer afin d'offrir des prestations innattendues. Nombre de personnes ou d'entreprises fêtent au moins une fois dans leur vie un événement exceptionnel. De tels moments méritent des voyages d'exception ».

Walter Gérard Schober, en fin connaisseur, poursuit: « une agence fonctionne de plus en plus comme un service spécialisé et personnalisé pour des clients individuels ou collectifs qui recherchent une note de non-conformisme. Le sur-mesure existe en matière de voyages. Pourquoi se limiter aux programmes prêt-à-porter? ».

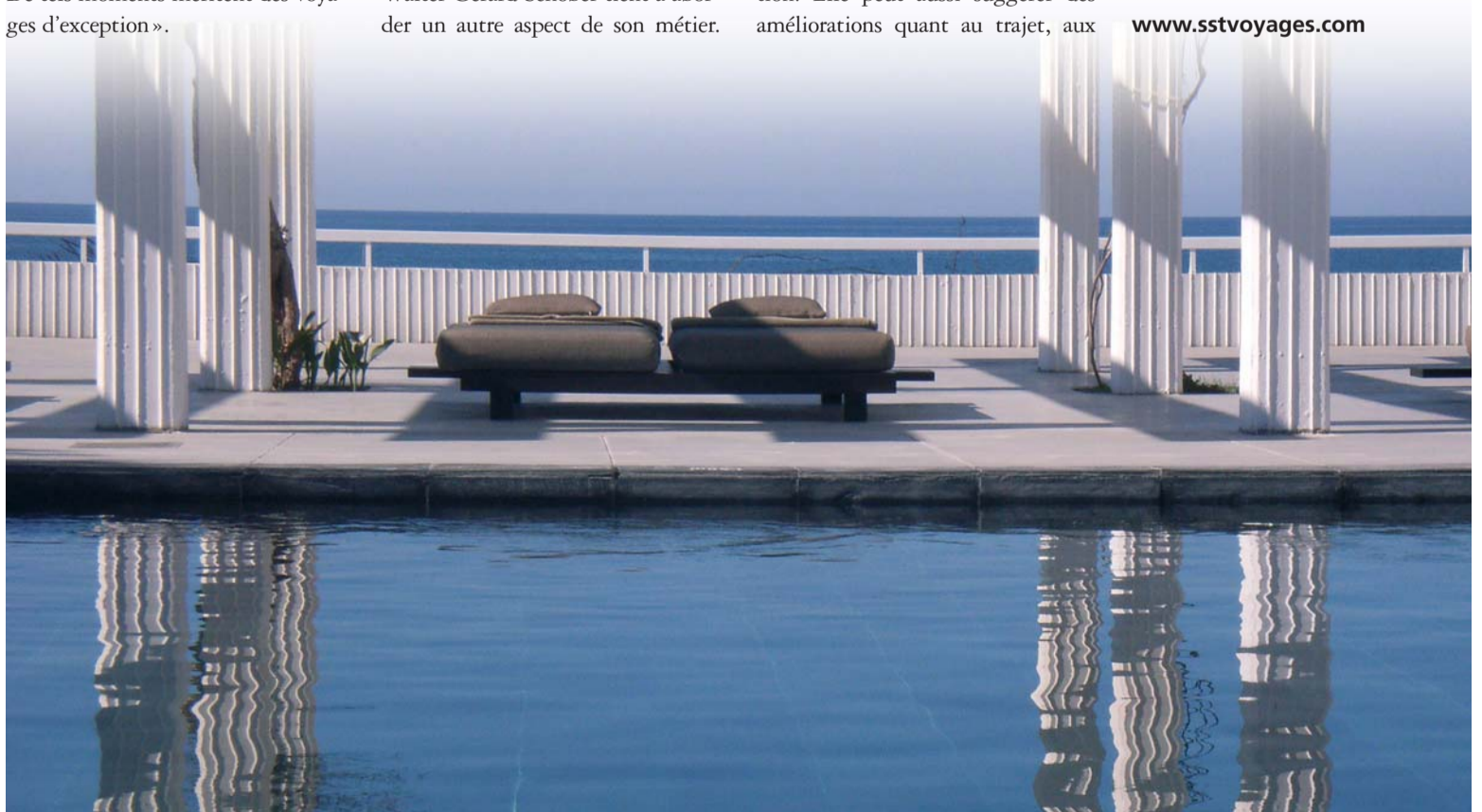
Avec sa distinction légendaire Walter Gérard Schober tient à aborder un autre aspect de son métier.

« Une agence offre de multiples avantages dont on ne se rend pas toujours compte. Beaucoup de gens ont pris l'habitude de préparer leur itinéraire de vacances en réservant leurs billets d'avion par Internet. Or ce système de réservation offre très peu de souplesse. Il est souvent malaisé de modifier les dates ou l'itinéraire, encore plus difficile d'annuler. Une agence est beaucoup mieux outillée pour gérer ce genre de situation. Elle peut aussi suggérer des améliorations quant au trajet, aux

connexions, aux possibilités de séjour et de transport sur place. Au final, ce genre de prestation ne coûte pas plus cher ».

Et Walter Gérard Schober de conclure: « Nous faisons pénétrer nos clients, ceux que cela intéresse bien sûr, dans des réalités uniques. Nous ne sommes pas des vendeurs de rêves, nous réalisons des rêves ».

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



# Toujours une longueur d'avance

## MANDARIN ORIENTAL GENÈVE

L'hôtellerie n'est pas épargnée par les événements et les crises qui secouent le monde. A chaque fois, les établissements les plus créatifs, tels le Mandarin Oriental Genève, répondent par de nouvelles initiatives. Une attitude cultivée par Marco Torriani, directeur général et César Gil, directeur marketing, qui assure la vitalité et l'excellence de la maison.

César Gil s'explique. «Lorsqu'une catégorie de clients se fait momentanément plus rare, dans un établissement 5 étoiles comme le nôtre, nous cherchons d'autres pistes qui nous conduisent vers des clients que nous n'avons pas encore touchés. Cela veut dire donner à d'autres personnes ou entreprises l'idée de fréquenter notre maison. Il s'agit, pour nous, d'avoir toujours une longueur d'avance sur nos concurrents.

Parallèlement, nous devons être encore meilleurs dans tous les secteurs. Alors que certains établissements font des économies en réduisant le personnel, nous maintenons le nôtre et travaillons à améliorer ses prestations. Une pratique quotidienne de prise de conscience, de responsabilisation et de perfectionnement des services auprès de tous nos employés, encore plus intense que d'habitude».

Les milieux financiers réduisent leurs dépenses dans tous les domaines, y compris ceux de la restauration, de l'hôtellerie et des transports. C'est le moment, juge César Gil, d'explorer de nouveaux marchés. Un travail méthodique qui consiste à repérer les secteurs d'activités et les pays où de nouvelles clientèles pourraient être approchées. Commence alors un travail minutieux afin d'identifier ces nouveaux clients potentiels. Chambres de commerce, ambassades, collègues d'hôtels de même standing dans les pays concernés, concourent à établir des listes de contacts. La mise en réseau des hôtels du groupe et des 5 étoiles dans le monde permet également de découvrir de nouveaux marchés.

«Cela marche plutôt bien», enchaîne César Gil. «Actuellement, nous accueillons des groupes de divers pays. Genève est une étape de qualité dans le cadre de tours européens. Nous cherchons régulièrement à rendre notre ville encore plus attractive. Pour cela, nous collaborons avec diverses institutions genevoises. Des idées nouvelles jaillissent plusieurs fois par année et contribuent à renouveler l'intérêt pour notre cité».

Au niveau local également, le directeur marketing du Mandarin Oriental Genève ne manque pas d'idées. C'est ainsi que, tous les samedis, l'hôtel offre une nouvelle formule: la gratuité du parking aux personnes qui font leurs emplettes au centre ville et, à midi, un menu gastronomique au Rasoï by Vineet, le restaurant indien revisité par la nouvelle cuisine, pour le prix exceptionnel de 50 francs.

*Il suffit de réserver!*

[www.mandarinoriental.com/geneva/](http://www.mandarinoriental.com/geneva/)



## Des mets de restaurant à la maison ou au bureau

### GRANDE BOUCHERIE DU MOLARD

«On n'a pas toujours envie de manger au restaurant à midi ou de cuisiner en rentrant le soir à la maison». La solution, Serge Belime l'a trouvée. Apprêter des mets de qualité restaurant à passer au four ou au micro ondes, au bureau ou chez soi. «C'est l'occasion aussi d'inviter des amis en nous commandant des recettes spéciales ou en choisissant dans l'assortiment proposé par notre carte. Nombre de nos clients se font livrer des repas entiers qu'ils servent ensuite dans leur service de table».

Deux cuisiniers et deux charcutiers, placés sous les ordres du chef Michel Bourqui, préparent chaque jour trois plats à emporter, de belles salades fraîches et trois desserts.

Pour le chef, «il s'agit de concocter de bonnes recettes traditionnelles, faciles à réchauffer. Ce qui n'empêche pas des touches de gastronomie lorsque les noix de St Jacques se parent de thym, que le bar est habillé d'écaillés de courgette ou que le carré de veau prend de subtiles saveurs de réglisse».

Les repas livrés aux entreprises ou chez les privés sont conçus pour 6 à 50 personnes. Le service traiteur de la Grande Boucherie du Molard prépare aussi des assortiments de charcuterie et des repas à thème. «Pour Thanks Giving, reprend Michel Bourqui, nous préparons la soupe de courge, les noix de St Jacques à l'américaine, la dinde farcie, les pommes de terre aux fruits confits. Un menu qui a de plus en plus de succès».

Côté clientèle, c'est Vincent Hillaireaud, cuisinier de formation, qui officie. Responsable du secteur vente de la charcuterie et du service traiteur, il accueille «ses» clients avec une amabilité rare, épaulé par trois vendeuses. Son expérience lui permet de proposer des solutions originales lors des commandes et de mieux personnaliser les repas livrés chez les clients.

Vincent Hillaireaud aime le renouvellement constant des mets et menus proposés aux clients. «Nous présentons une cuisine de saison qui intègre le terroir genevois. Et notre chef ne cesse d'accommoder des recettes nouvelles. Il est en constante recherche, attentif aux goûts de notre clientèle. Nous proposons aussi des piquillos, du houmous, des boulettes de kefta ou un pithiviers de caille au foie gras, un carré d'agneau de Sisteron en croûte d'herbes, un jambon de Virginie au miel ou un Tajine de lapin aux épices».

Les deux compères sont des enthousiastes. Après leur formation en cuisine, ils ont travaillé dans des établissements prestigieux à Genève et en France. En Australie aussi pour Michel Bourqui et, pour Vincent Hillaireaud, au Cambodge, ainsi que sur des bateaux privés en mer. «Des voyages qui ont laissé des traces», sourit Serge Belime. Au niveau de la qualité des réalisations et du service et dans la diversité de la carte. Une vraie invitation au voyage.

[www.boucheriemolard.ch](http://www.boucheriemolard.ch)



# Une famille au service du cigare

## RAFFI CIGARES

Place Longemalle, poussez la porte! Instantanément, vous vous trouvez plongé dans l'atmosphère de la maison. Vous êtes venu une fois, on vous reconnaît déjà. Vous avez vos habitudes, la famille Aboulia les accompagne de multiples attentions. Vous n'êtes jamais entré en ces lieux? Avec d'infinies précautions Diana, son mari Raffi et leur fils Arek tentent de percevoir ce que vous cherchez, proposent un choix, ajustent leur suggestion. Ici, le plus important est que vous soyez satisfait et que vous vous sentiez à l'aise.



Raffi Cigares est affaire de famille. Un climat dans lequel on se glisse avec délectation. Le choix d'un cigare est une question de personnalité, de moment dans la journée et dans la vie, de saison aussi. Il exige aussi du temps pour être choisi et pour être fumé. Il participe à la qualité de vie.

«Nous recevons des clients, lance Arek, qui choisissent toujours le même puro. D'autres préfèrent découvrir des sensations nouvelles. Il est possible de rester fixé sur un goût qui convient parfaitement ou, tout en ayant ses préférences, de se lancer dans des explorations infinies».

L'accueil tout particulier des Aboulia s'enrichit de nombreuses prestations. Tour à tour Diana et Arek, avec la même passion teintée de fierté, énumèrent, «service de gaz et de pierres pour les briquets Dupont. Soirées avec et pour de grandes sociétés. Stockage de cigares dans les conditions optimales de la cave. Imaginez le privilège et le plaisir de venir chercher un ou plusieurs cigares dans votre réserve personnelle!

Nous conditionnons aussi sous vide les cigares qui doivent voyager ou n'être fumés que plus tard.

Nous livrons à domicile et envoyons des boîtes par la poste. Nous proposons tous les accessoires du cigare et offrons des conseils aux amateurs débutants en matière d'allumage, de conservation, d'humidification et de vieillissement. Nous proposons des dégustations afin que les passionnés découvrent d'autres horizons aromatiques».

Le monde du cigare est exigeant. Les cigares doivent bénéficier du même taux d'humidité, de l'instant où ils sont roulés par les torcedores jusqu'au moment où le client les achète et sort de la civette Aboulia. Raison pour laquelle la famille insiste sur les conditions de garde des puros dans les appartements et maisons privées.

Ici, le cigare est une véritable culture. Juste avant de quitter la boutique, encore une question: «quels cigares fumer en été?». Diana et Arek Aboulia n'hésitent pas: «un Trinidad Coloniales, un Upman Magnum 50, un Hoyo Epicure Especial ou encore un Montecristo Sublime, (Edicion Limitada)».

L'été sera long et savoureux!

[www.rafficigares.ch](http://www.rafficigares.ch)

## Le temps du rosé

### LA CAVE DU PALAIS DE JUSTICE

Avec l'été revient le temps des vins rosés. Le temps aussi de choisir de vrais bons rosés!

«Un vin rosé s'obtient à partir de raisins rouges dont le jus de pressage, de couleur claire, est laissé peu de temps en contact avec les pulpes des grains. Moins longtemps que pour un vin rouge. D'où sa couleur rosée. Le choix du cépage, la qualité de la vendange et le savoir-faire du viticulteur au moment de la vinification permettent d'obtenir de très beaux vins rosés. Il est difficile de réussir de tels vins» raconte, en fin expert, Carlo Reuland, directeur de la Cave du Palais de Justice.

«Produire un bon vin rosé est tout un art, précise son collaborateur, Sébastien Zoppetti. Un mauvais équilibre des tanins, du sucre résiduel, une acidité trop marquée ou trop peu présente, un goût de bonbon anglais, peuvent ternir le plaisir de la dégustation».

Toujours à la recherche des meilleurs filons, nos deux compères ont su trouver un rosé d'exception, dans les Côtes de Provence, un Saint André de Figuière, cuvée Magali, qui est aussi le prénom d'une des filles des propriétaires. Car au domaine, tout se réalise en famille.

Carlo Reuland décrit ce vin avec une touche de jubilation: «il s'agit d'un assemblage subtil de cépages rouges, cinsault, syrah, cabernet et grenache. Sa robe est claire, ce qui ne signifie pas que ses arômes sont légers. Elle est un peu saumonée. Au nez, on sent des notes d'agrumes et de petits fruits rouges. En bouche, on découvre un bel équilibre entre l'acidité et les tanins, très souple et frais avec en finale des impressions de pamplemousse et d'abricot».

Et Sébastien Zoppetti d'enchaîner: «les raisins viennent du Massif des Maures, où ils bénéficient d'un climat maritime, et du Centre Var au climat plus continental, où la maturité du raisin est plus tardive. La famille Combard possède ce domaine depuis une trentaine d'années. Ses vignes abritent des pieds qui ont entre 30 et 35 ans d'âge. Il faut aussi noter que les Combard produisent d'excellents vins rouges».

«Seuls les grands viticulteurs produisent de bons rosés. La «Cuvée Magali» fait partie de ces très bons vins rosés dont la qualité accompagne parfaitement une cuisine inventive. Ce vin peut se servir en apéritif, se partager à n'importe quelle heure du jour et de la nuit ou participer à la réussite d'une fête. Il s'agit vraiment d'un vin d'exception qui procure toujours du plaisir. Nous en sommes tous les deux passionnés» ajoute encore, tout sourire, Carlo Reuland.

Une passion communicative.

[www.cavedupalais.ch](http://www.cavedupalais.ch)



## Zakuska Take Away

### CAVIAR HOUSE & PRUNIER

Dites Zakuska et la gastronomie russe apparaît. Sous forme de petits plats et de hors-d'oeuvre qui se déclinent en un éventail varié de formes et de goûts.

Fidèle à sa recherche constante de qualité et d'originalité, la maison Caviar House & Prunier a inventé la formule Zakuska Take Away: un carton élégant de 45 cm de long et de 12 cm de côté. Il contient un set en carton très design qui se déploie et sur lequel prennent place des rapiers contenant, selon les formules, foie gras, tartare de saumon Balik, salades, cocktail de crevettes, petits pains, boîte de caviar de 10g et desserts. Le tout est accompagné de couverts de qualité, d'une petite salière et d'un petit poivrier et d'une serviette.

Une élégante présentation pour des mets raffinés. Une formule de qualité fort bien pensée qui répond à un réel besoin à une époque où les repas se font plus légers et plus inventifs, à la maison certes, mais de plus en plus aussi au travail, au bord du lac ou dans un parc durant les belles journées d'été.

Pour échapper à la monotonie des plateaux repas sans invention, des tristes sandwiches et des salades César défraîchies, un véritable défi a été lancé: comment déguster un vrai repas gastronomique, léger, facilement transportable pour un prix allant de 18 à 65 francs? La maison Caviar House & Prunier l'a relevé.

Le lancement du concept est prévu lors du 43<sup>ème</sup> festival de jazz de Montreux du 3 au 18 juillet. Puis dans la boutique de la Place de la Fusterie. Il sera dès lors possible de faire son choix dans l'assortiment de neuf propositions présentées. Une formule qui peut aussi être commandée et livrée.

La maison Caviar House & Prunier offre également une autre nouveauté: de belles grandes boîtes métalliques rondes dont le couvercle représente la maison Prunier à Paris dans les années 1920.

Deux types de boîtes sont composées, pour l'une, de biscuits salés et sucrés et, pour l'autre, de petits sandwiches variés particulièrement goûteux et délicats. Les deux assortiments sont conçus pour 6 convives.

Pour Jean-Pierre Esmilaire, directeur général, «ces prestations conviennent aussi et peut-être particulièrement bien aux repas servis lors de réunions d'affaires, d'anniversaires ou de soirées entre ami. Une manière de surprendre et d'enchanter ses convives».

[www.caviarhouse-prunier.com](http://www.caviarhouse-prunier.com)



# Le chocolat côté décor



## CHOCOLATS ROHR

S'il est une tradition que la Maison Rohr n'est pas prête d'abandonner, c'est bien la décoration de ses boîtes de chocolat et de ses vitrines. Un chocolat de qualité ne se conçoit ici que thématiquement par une couleur et un motif. Cette passion se transmet de génération en génération, mais également de patrons à employés. C'est ainsi qu'une chocolatière, Béatrice Costanzo, est devenue décoratrice de la maison.



«J'ai toujours aimé proposer des créations quand je travaillais dans le laboratoire. Etre originaire de Suisse alémanique, comme Madame Rohr, a certainement aussi joué un rôle dans le fait que le poste me soit proposé. Avec elle, chaque année, je me déplace dans trois expositions pour choisir les papiers, les rubans, les petits personnages, fleurs et motifs qui constitueront les décors de nos boîtes. Durant l'année, nous déclinons les thèmes rituels selon les saisons et les fêtes.

Nous concevons aussi des décorations personnalisées selon les clients. Comme le dit Monsieur Rohr, à Genève, on peut trouver du bon chocolat en plusieurs endroits. La différence vient de la présentation. Nous avons une clientèle qui aime nos décors traditionnels».



Une tradition qui se teinte d'encore plus de créativité lorsque notre décoratrice découvre une figurine, «par exemple, une petite jeune fille qui porte une gerbe de lavande. En cherchant un peu, je trouve un ruban avec des brins de lavande dessinés, puis des bouquets de lavandes en terre cuite. J'ai alors l'idée de concevoir des vitrines et des boîtes à partir de cette fleur odorante qui sent la Provence. Je m'approche ensuite des chocolatiers, au laboratoire, pour étudier avec eux la possibilité de créer une variété de chocolat qui fleurit subtilement la lavande».

Sylvia Rohr vient vérifier les stocks et se mêle à la conversation. La passion anime ces deux femmes qui s'entendent parfaitement. «Nous avons les mêmes intuitions, les mêmes goûts. Les choix d'assortiments que nous faisons se réalisent dans un même esprit», précise Sylvia Rohr, arrivée de Suisse allemande en 1963 dans la chocolaterie genevoise.

Chez Rohr, des chocolats à la vitrine, de l'esthétique des boîtes à la décoration de leur emballage, tout est affaire d'harmonie.

[www.chocolats-rohr.ch](http://www.chocolats-rohr.ch)



# Le nez de la rose

## FLEURIOT FLEURS

Depuis la Grèce antique, la rose occupe la première place dans le panthéon des fleurs.

Reine parmi les plus belles, elle est, depuis les poètes antiques Sapho et Anacréon, glorifiée pour son élégance et sa pureté. Elle est devenue symbole de l'innocence, de la pudeur, de la grâce et de la beauté.

Ses parfums ont également été prisés et chantés. Pourtant, toutes les roses n'exhalent pas de fragrances. Certaines, même si elles séduisent les yeux, ne charment pas notre odorat. Bien que la plupart des gens portent automatiquement la fleur à leur nez pour en sentir les secrètes odeurs, la robe l'a emporté dans cette compétition des atours. Cela n'est pas dû uniquement à la pression des amateurs et à la sélection des créateurs. La nature a doté cette séductrice d'avantage de robes chatoyantes que de parfums.

Ces dix dernières années, les clients ont favorisé l'apparence mais, «depuis quelques temps, la rose odorante revient à la mode» annonce fièrement José Millo, patron et âme de la maison Fleuriot. «Les créateurs de roses, les obtenteurs, tentent de plus en plus de retrouver les qualités olfactives de certaines roses. On a recensé environ 2'000 constituants chimiques dans la rose. Seuls 500 d'entre eux entrent dans la composition des subtils parfums qui la rendent si attirante».

Céline Bidault, fleuriste maison, que cette fleur passionne, précise: «Chez Fleuriot, nous cherchons à mettre en valeur plusieurs sortes de roses odorantes, elles ont l'aspect sublime des roses de jardin. Elles proviennent de nos cultures à Genève».

«Fleur mythique, la rose se retrouve en fait sur tous les continents dans les zones tempérées, poursuit José Millo. A l'origine, il s'agissait d'églantines. Selon les régions, les jardiniers et amateurs ont transformé ces fleurs de manière empirique, puis, dès la fin du 18<sup>e</sup> siècle, par la collaboration de botanistes et de jardiniers de plus en plus qualifiés, les recherches se sont faites plus systématiques, notamment grâce à l'hybridation et la recherche génétique. Une créativité toujours vive que nous récompensons chaque année ici à Genève avec le Concours international des Roses nouvelles».

[www.fleuriot.ch](http://www.fleuriot.ch)

## BONPOINT

# L'invitation au voyage

Pour l'été 2009, la marque de luxe pour enfants Bonpoint a créé des collections bébé, fille et garçon inspirées de voyages lointains.

Les Libertys surteints et leurs tenues galets piqués de couleurs acidulées en sont un premier exemple.

Pour celles et ceux qui recherchent déjà une ligne plus artistique, des pantalons larges tenus avec un gros foulard à pois en guise de ceinture. Des couleurs bleu nuit, rouge et vert cru se mélangent à volonté.

Pulls, chemises et pantalons arborant des carreaux, des pois et des semis de fleurs, à porter avec des low-boots et des colliers de gris-gris.

Plus loin, les vêtements se parent de fines rayures qui cherchent des accords avec les T-shirts sérigraphiés. Des jeans immaculés rehaussés de gros pois et de vichys apportent une note plus tranchée. Les couleurs deviennent argent, violet et turquoise.

Pour les bains de mer, de longues kurtas viennent couvrir les maillots et les foulards se nouent dans les cheveux. La balade se termine avec des pièces en crépon et des imprimés délavés.

La collection Bonpoint est toujours une invitation au voyage, une manière élégante d'être dans l'enfance et la préadolescence, aux instants où l'apparence vestimentaire commence à jouer un rôle important.

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



COMMERCE & QUALITÉ  
Le Meilleur à Genève The Best in Geneva

### Association COMMERCE & QUALITÉ

Secrétariat: Rue du 31-Décembre 8, 1207 Genève  
tél. 022 736 5949 – fax 022 786 0096  
commerceetqualite@worldcom.ch – www.commerce-qualite.com

Conception et réalisation: Nicomm, Nicolas Lehr  
Couverture: Feux d'artifice de Genève, photo Nicolas Lehr  
Rédaction: Frédéric Martin  
Impression: Imprimerie Genevoise

# Le Mythe du mouvement perpétuel

## CHRONOMETRIE KUNZ

Chronométrie Kunz présente en permanence plusieurs modèles de la fameuse pendule Atmos, dont l'Atmos 561 by Marc Newson du nom du célèbre designer londonien d'origine australienne.

Ce « tirage » exceptionnel de 888 exemplaires est composé d'un cabinet en forme de bulle en cristal de Baccarat qui souligne la nature aérienne du mouvement d'horlogerie qu'il renferme. C'est pour célébrer ses 175 ans d'existence que la célèbre maison de la Vallée de Joux Jaeger-LeCoultre a créé, en 2008, cette pendule de luxe aux lignes futuristes. L'événement marquait également les 80 ans de la création d'un système qui reste unique au monde.

C'est en 1928 que l'ingénieur neuchâtelois Jean-Léon Reutter, fasciné depuis sa prime jeunesse par le mythe du mouvement perpétuel, conçut cet ingénieux mécanisme, aujourd'hui toujours avant-gardiste. Jacques-David LeCoultre le développa grâce aux ressources de sa manufacture d'horlogerie.

Sophie Kunz nous en explique le principe révolutionnaire: « l'horloge puise l'énergie nécessaire à son fonctionnement dans les plus infimes variations de température de l'atmosphère ambiante. Ces changements provoquent la contraction ou la dilation d'un gaz contenu dans un soufflet étanche qui s'étend et se rétracte à son tour. La répétition incessante de ce phénomène l'apparente à une « respiration » dont les va-et-vient remontent un barillet qui maintient en fonctionnement un mécanisme particulièrement économe en énergie. Une variation d'un seul degré suffit en effet à assurer son fonctionnement pendant 48 heures ».

Le balancier annulaire de la pendule, visible à travers le cabinet de verre, ne décrit que deux majestueuses alternances par minute. Ainsi, une Atmos consomme 250 fois moins d'énergie qu'une montre-bracelet mécanique simple (qui bat 300 fois par minute). Il faudrait 60 millions d'Atmos pour éclairer une seule ampoule de 15 watts. Le mécanisme le moins consommateur d'énergie jamais inventé par l'homme.



« Son secret, poursuit Sophie Kunz, réside dans la membrane située à l'arrière du mécanisme, capable de capter l'énergie thermique des variations quotidiennes de température de notre environnement et de la transformer en énergie mécanique. Seule la lenteur de son mécanisme et son incroyable suspension du balancier sur un fil en élinvar assurent un fonctionnement sans faille à travers les siècles ».

La pendule Atmos est devenue l'un des cadeaux officiels que la Confédération helvétique offre à ses hôtes de marque. Des personnalités telles Sir Winston Churchill, le Président J.F. Kennedy, le Général de Gaulle ou S.M. le roi Juan Carlos I<sup>er</sup> en ont reçu une.

[www.chronokunz.ch](http://www.chronokunz.ch)

## D'authentiques lunettes vintage

### JAQUES OPTICIENS

Sean Connery



Harrison Ford



Whoopi Goldberg



Truman Capote



Les lunettes anciennes sont de plus en plus en vogue. Celles du Mahatma Gandhi viennent de se vendre, aux enchères de New-York, au prix de 1,8 millions de dollars! « Sans aller jusqu'à de telles sommes, révèle Alain Jaques, il est possible d'acquérir des modèles anciens entièrement restaurés. On doit l'idée à Jay Owens, un passionné de lunettes cerclées à montures en or, fines et très légères. Cet américain s'est intéressé tout jeune à ce genre de lunettes et a décidé, ses études terminées, de parcourir en camping-car les Etats-Unis et de collecter des montures de lunettes des années 1910 à 1970. Dans des centaines de villes, il a ainsi trouvé des milliers de lunettes dans les stocks oubliés d'opticiens de tradition, mais aussi chez des particuliers, collectionneurs et antiquaires.

Au final, il a réuni 3 mille modèles de 15 fabricants et rassemblé près de cent mille montures originales.

Dans la foulée, il a créé son propre label, RetroSpecs & Co. Alain Jaques poursuit: « chaque monture est nettoyée aux ultrasons puis démontée et tous les éléments soigneusement examinés. Certaines

pièces doivent être refaites, à l'identique, en général les ponts et les extrémités des branches. Les autres, selon les besoins, sont soudées, redressées, sablées, redorées, argentées, polies en tonneau de chêne durant plusieurs jours. Au total, il faut 200 manipulations pour assembler une paire de lunettes. Chaque pièce est munie d'un numéro d'enregistrement. Les lunettes sont garanties une année et l'acquéreur sait qu'il pourra, à vie, obtenir le remplacement d'une pièce ».

Les montures sont entièrement reconstituées. Elles ont l'aspect du neuf mais sont riches de toute une histoire. Pilotes d'avion, écrivains, acteurs de cinéma, grands reporters, hommes d'affaires de Wall Street et avocats ont porté un jour l'une de ces lunettes. Derrière chacun de ces personnages les images défilent et l'imagination peut s'envoler.

La collection de référence de Jay Owen, une pièce par modèle et par taille, est précieusement conservée dans un ancien meuble de cartes marines dans sa boutique de Los Angeles. Les autres sont vendues

sur place ou chez les 120 opticiens agréés aux Etats-Unis, en Europe et en Asie. D'emblée ces lunettes ont rencontré un grand succès et des célébrités telles que Harrison Ford, Tom Cruise, Dustin Hoffmann et Michelle Pfeiffer les portent déjà.

A Genève, Jaques Opticiens en présente une trentaine, de lecture ou de soleil, toutes exceptionnelles. Les découvrir, les essayer et, qui sait, les acquérir vous entraîne dans une magnifique remontée dans le temps.



Il en est de la coiffure comme de la mode. Chaque année, des tendances nouvelles apparaissent. Dans le monde des artistes et des artisans du cheveu, la Haute Coiffure Française joue un rôle déterminant en stimulant la création, en découvrant de nouveaux talents et en déterminant les styles de la saison à venir. Cette association de prestige, créée en 1945, rassemble 1'800

professionnels de la branche dans une quarantaine de pays.

Les tendances de l'été 2009 se déclinent selon la longueur des cheveux. Pour les courts, les coupes au carré se font plus douces ou asymétriques, dégradées ou décoiffées. Pour les longs et mi-longs, les cheveux sont lisses avec frange épaisse ou ondulés et en dégradé.

Damien est très actif au sein de cette organisation, sa curiosité et son envie de participer à la création dans le monde de la mode coiffure se renforcent chaque année. Il nous raconte: «deux fois l'an, un salon, au Carrousel du Louvre à Paris, donne le «la» et un site Internet assure le lien entre tous les créateurs membres de la «Haute Coiffure Française». Des concours, des présentations sous forme de défilés coiffure, des shows de coupe et de «coiffage», des collections et des échanges techniques constituent l'essentiel des activités de l'association. C'est une manière de se tenir au courant, de confronter son art à celui des autres, de comparer son expérience des produits et des techniques, dans un esprit de camaraderie et de fairplay. Une vraie stimulation pour nous tous! C'est aussi une garantie pour les clients. Ceux-ci peuvent être sûrs que nous sommes attentifs aux derniers développements en matière de soins capillaires, de teintures et de techniques». L'association en Suisse est aussi très active. En nombre de membres, elle est la troisième sur le

plan international, juste derrière la France et l'Italie. Sous la présidence de Damien, elle est aussi l'une des plus actives. «Chaque année, deux shows de présentation sont organisés durant lesquels de nouvelles créations sont présentées et des informations concernant les techniques et les produits utilisés sont communiquées».

Les coiffeurs tels que Damien ne se reposent jamais sur leurs lauriers. Constamment, ils participent à des sessions de présentation et sont ainsi stimulés à l'excellence dans la «mode coiffure». En professionnels, ils s'adaptent à toutes les natures de cheveux, à la forme de la tête, à l'apparence générale du client, à sa personnalité, à ses intentions esthétiques. Ils savent dialoguer et aider chacun à dessiner l'apparence qui lui convient. Membres de l'élite mondiale, ils ont pour but de créer «des modes élégantes, raffinées et professionnelles». De quoi rassurer les clientes et les clients, même les plus exigeants.

[www.damien-and-co.ch](http://www.damien-and-co.ch)



© Photo: Alain Boquet

## Le confort et l'élégance de l'été

### HOFSTETTER SPORTS

La course à pied, les randonnées pédestres et autres sports qui mettent jambes et pieds à l'épreuve nécessitent un bon équipement certes, mais surtout une bonne stabilité plantaire.

Avant de se lancer dans les courses pédestres et autres marathons, les passionnés de ce genre de sports doivent pouvoir trouver conseils et équipements. Hofstetter Sports leur offre un tel encadrement qui s'adresse également aux amateurs, pour qui les contraintes sont les mêmes, quoique moins élevées.

La maison a réuni les compétences professionnelles et techniques afin de répondre aux besoins des uns et des autres. Au départ, il s'agit d'établir une analyse de la pression statique et de la pression dynamique exercées sur la surface plantaire. Ceci, grâce à un programme informatisé qui met en évidence le degré d'instabilité de la surface des pieds. Ce degré est révélé par un contrôle vidéo et par une mesure de la pression sur les différentes zones plantaires.

Cet examen permet aux conseillères de vente de la maison, qui ont suivi une formation spécifique et qui possèdent une très bonne expérience, d'orienter chaque client vers la chaussure la plus appropriée. Le choix d'un support plantaire réalisé selon la morphologie de chacun est également primordial. Celui-ci doit avant tout tenir compte de la biomécanique spécifique à chaque personne. La semelle de soutien vient assurer la neutralité recherchée. Une garantie de ne pas avoir mal aux pieds et de ne pas développer des problèmes ultérieurs.

Le directeur, Stéphane Montani, souligne «qu'il est préférable, dans ces domaines, de ne pas s'équiper sans les recommandations avisées de vrais professionnels qui pratiquent eux-mêmes ces sports. Nourris de leur expérience et de leur formation, ils sont à même de prodiguer les conseils les plus judicieux. Ces soutiens sont essentiels pour de nombreux sports».

L'été voit aussi apparaître les maillots, les tuniques et les linges de bain. «Pour celles et ceux qui désirent des couleurs sobres, des coupes nouvelles et bien réalisées, poursuit Stéphane Montani, nous proposons la gamme de la marque Prada dont la fameuse ligne de bain Linea Rossa, le style sport chic au féminin et au masculin. Une ligne qui intègre nus-pieds, T-shirts et robes». Le confort, essentiel, dans les sports de loisirs et de compétition sait aussi trouver son élégance. Une approche que cultive depuis des années la maison Hofstetter.

[www.hofstetter-sports.ch](http://www.hofstetter-sports.ch)

