

private
SKIES
MAGAZINE

SPECIAL REVIEW

CÔTE D'AZUR AIRPORTS: NEXT WAYPOINT!

ART, STÉPHANE CIPRE

**HSH PRINCE ALBERT II
OF MONACO, INTERVIEW**

LOFTY DESIGN - DUCASSE ON THE ROCK - LA VIE EN ROSÉ

Русская
версия
внутри



AÉROPORTS
DE LA CÔTE D'AZUR

#01 - SUMMER 2014



CHAUMET
PARIS

chaumet.com

"Double Je" par Marine Vachot

A WORD FROM THE EDITOR



Grand HORIZONS

by DENIS JEAMBAR

GRANDS
HORIZONS

It is inelegant to boast, but the reality is this: economic globalization renders performance the means to - and figures the measure of - success. With that caveat in place, we are proud of where we stand. Nearly 12 million passengers this year, the second-busiest airport in France in passenger traffic after Paris, Europe's Number Two in business aviation, the world's leading heliport in regular traffic, the country's foremost center for car rental in an airport... the Nice-Côte d'Azur Airport is truly a success story. But the figures cannot convey the adventure. Nice-Côte d'Azur is, above all, the beating heart of this fragrant paradise we call the French Riviera. It is the region's connection with the rest of the planet and the catalyst to its glowing, global reputation. Geography ceases to exist when the entire world is just a flight away. The international conventions that are held throughout the year in Cannes, Nice, and Monaco are all events of consequence and influence that serve as testaments to the inimitable appeal of the Côte d'Azur. One cannot leave, gazing down at the cerulean sea, sweeping up through the cities into the green, rolling backcountry, without murmuring, "I will return." In Nice, however, the world of air travel dovetails, in an uncommon duet, with luxury. Business aviation has seen extraordinary expansion here and stands firmly amidst the roar of a new and booming economy. Time has become so highly prized in the business world - and for the major corporate and independent players of that world - that the quest for efficiency and transportation speed is an absolute priority. Travel fast, and travel well! To keep pace with the exacting, nearly breathless cadence of the third millennium, the Nice Côte d'Azur Airport has chosen to gain altitude, and quickly, in the world of private skies. Over the next three years, the complex will be entirely revamped. A new heliport terminal is already taking shape. Arriving business-aviation passengers will be welcomed by new facilities enhanced with one watchword in mind: upmarket. The air terminal and the two passenger terminals will be redesigned and become, in comfort and retail amenities, premium settings of sheer luxury. On a par with Avenue Montaigne, Fifth Avenue, and Savile Row. Ambitious, indeed, but exquisitely so.

Comparaison n'est pas raison, mais c'est ainsi : la mondialisation économique pousse à la performance et fait des chiffres le juge de paix de la réussite. Près de 12 millions de voyageurs cette année, deuxième aéroport français après Paris pour le trafic passagers, numéro 2 européen de l'aviation d'affaires, premier héliport au monde pour le trafic régulier, premier centre de location de voitures dans l'Hexagone, l'Aéroport Nice Côte d'Azur est aujourd'hui une success story. Mais les chiffres ne résument pas une aventure. Nice Côte d'Azur est surtout la plateforme vitale de ce paradis parfumé qu'est la Riviera française. Il lui assure son rayonnement et ses liens avec le reste de la planète. La géographie n'existe plus quand le monde est à portée de vol. Les congrès internationaux qui se tiennent tout au long de l'année à Cannes, Nice et Monaco sont autant d'événements phares qui témoignent de l'attractivité singulière de cette région. Nul ne peut la quitter sans se dire : « Je reviendrai ici dans un avion bleu de mer ». Mais, à Nice, l'aérien se conjugue en un cocktail unique avec le luxe. L'aviation d'affaires y connaît un développement exceptionnel et le place au cœur d'une économie nouvelle en plein boom. Le temps est devenu une valeur telle dans l'univers de l'entreprise et pour les grands acteurs d'un business désormais internationalisé que la recherche de l'efficacité et de la rapidité dans les transports est une priorité absolue. Aller vite et bien ! Pour répondre aux exigences de ce tempo du troisième millénaire, l'Aéroport Nice Côte d'Azur a choisi de prendre de plus en plus d'altitude. Au cours des trois prochaines années, il fera entièrement peau neuve. Un nouveau terminal héliport est d'ores et déjà en train de sortir de terre. L'accueil des passagers de l'aviation d'affaires sera amélioré avec pour seul mot d'ordre : « Le haut de gamme ». L'aérogare et les deux terminaux passagers seront redessinés et deviendront, en termes de confort et d'agrément commercial, des écrans de luxe. Au même titre que l'avenue Montaigne, la Cinquième Avenue ou Savile Row. Une ambition premium.

Louis Julian et Fils
JOAILLIERS à CANNES depuis 1862

71 RUE D'ANTIBES - 06400 CANNES - +33 (0)4 93 39 30 68
COURCHEVEL 1850 - SAINT-TROPEZ
WWW.BIJOUTERIE-JULIAN.COM

CHAUMET
PARIS

9, boulevard de La Croisette - Cannes



www.dior.com - 01 40 73 73 75



Dior



FESTIVAL DE CANNES
Partenaire Officiel



HIGH JEWELLERY COLLECTION

Chopard

BOUTIQUES CHOPARD:
CANNES - 9, la Croisette - Tél. +(33)4 92 98 07 07
MONACO - Place du Casino - Tél. +377 (97) 70 71 11

CONTENTS

Русская версия внутри

11
NEWS

See, savor, do, discover.
On land and on board.
A découvrir, à voir, à savoir...
sur terre et dans les airs



24
STUFF



32

ART COVER

Stéphane Cipre. Unfettered spirit
Libre dans sa tête

44
SPIRIT

Falling for the French Riviera
La côte d'amour de la Côte d'Azur



53



SPECIAL REVIEW
CÔTE D'AZUR AIRPORTS
NEXT WAYPOINT!

Dominique Thillaud, Chairman of the Côte d'Azur Airports: interview - Forging the new leader in business aviation - Luxury concierge services - A new Heaven for helicopters - Nice to Monaco by air - Dominique Desseigne. Business Beaches and blues - Reed Midem, the red carpet trade - Success stories
Dominique Thillaud, président du directoire d'Aéroports de la Côte d'Azur - Devenir numéro un de l'aviation d'affaires - Cap sur la conciergerie haut de gamme - Le satellite hélicos - De Nice à Monaco par la voie des airs - Dominique Desseigne. D'azur et d'affaires - Reed Midem, des salons tapis rouge - Success Stories

CONTENTS

Русская версия внутри



82
DESIGN
Lofty Designs
Design de haut vol



88
DELUXE
Vanity Car

96
SUPER CAR
One of a kind
Pièces uniques



100
LIFESTYLE
Saint-Tropez. Modern times
Saint-Tropez et la modernité



110
CUISINE
Ducasse on the rock

106
PORTRAIT
Armen Petrossian. The taste of luxury
Un grain de luxe

118
WINE
La vie en rosé

Comité éditorial : Dominique Thillaud - Michel Tohane - Denis Jeambar - Alexandre Benyamine - Cécile Olivéro

Directeur de Publication : Alexandre Benyamine

Rédacteur en chef : Denis Jeambar
Journalistes : Denis Jeambar, Maud Anic, Cécile Olivéro,
Renaud Jourdon

Secrétariat de Rédaction : Nadine Ponton
Shopping : Paul Deroo

Responsable du studio graphique : Arnaud Marin
Infographiste : Anne Bornet

Impression : International Print

Publicité : **O2C** régie
Directeur : Alexandre Benyamine
Directrice Adjointe : Julie Bouchon
Directrice de clientèle : Marie Ehlacher
Responsable de clientèle : Christophe Giaccardo
Chef de Publicité : Jessica Mosnier
Assistante : Lucille Peyron

Private Skies est une publication **O2C**
2791, chemin de Saint-Bernard 06220 Vallauris
Tél. : 04 93 65 21 70 - Fax : 04 93 65 21 83
E-mail : contact@o2c.fr - www.o2c.fr

BOUCHERON

PARIS



BAGUE QUATRE

PREMIER JOAILLIER DE LA PLACE VENDÔME*

CANNES | MONACO
+33 (0) 1 42 44 42 40 | boucheron.com

*En 1893, Frédéric Boucheron est le premier des grands joailliers contemporains à ouvrir une Boutique sur la place Vendôme



COLLECTION AMAZONE - Or & diamant

Louis Julian et Fils
JOAILLIERS à CANNES depuis 1862

71 RUE D'ANTIBES - 06400 CANNES - +33 (0)4 93 39 30 68
 COURCHEVEL 1850 - SAINT-TROPEZ
 WWW.BIJOUTERIE-JULIAN.COM

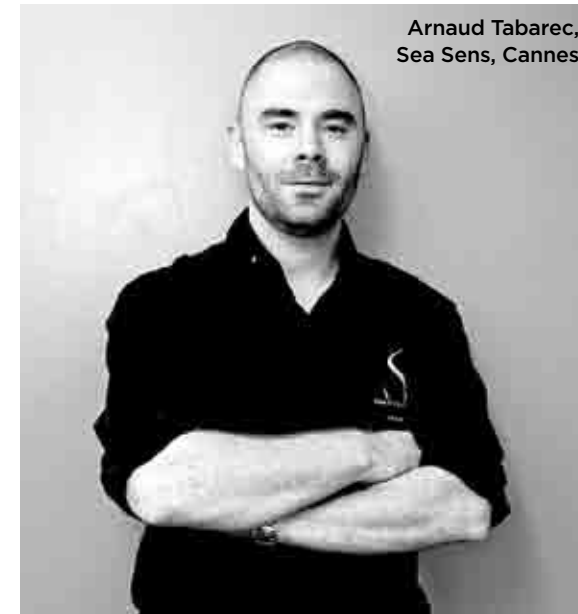
messika.com



MESSIKA
 JOAILLERIE

NEWS

MICHELIN THE STARS OF 2014



Arnaud Tabarec,
 Sea Sens, Cannes



le Paloma, Mougins

They both were awarded their first stars in the 2014 Michelin Guide: Chef Arnaud Tabarec at Sea Sens, the restaurant at the Five Seas Hotel in Cannes, and Nicolas Decherchi, Chef at the Paloma restaurant in Mougins. The menu of the first features market-fresh ingredients and spices from the five continents; the second boasts a savvy blend of tradition and creative cuisine.

Michelin, les Étoiles 2014 Ils sont deux à avoir décroché leur 1^{ère} étoile dans l'édition 2014 du Guide Michelin : Arnaud Tabarec au Sea Sens, la table du Five Seas Hotel de Cannes, et Nicolas Decherchi, le chef du restaurant Paloma de Mougins. Au menu du premier cité : des produits du marché et des épices des cinq continents ; pour le second, un savant mix de tradition et de création.

100% ORGANIC, MICHELIN-GUIDE APPROVED

Elsa, the gourmet restaurant at the Monte-Carlo Beach, was awarded its first star in the latest Michelin Guide. All the more impressive, considering this is the first star ever given a 100%-certified-organic restaurant, boasting the culinary talents of Chef Paolo Sari.



100% bio et étoilé

Elsa, la table gastronomique du Monte-Carlo Beach (l'un des fleurons du groupe Monte-Carlo SBM), a obtenu sa première étoile dans le dernier Guide Michelin. Une récompense de taille pour le premier restaurant 100% bio certifié, dont le chef exécutif s'appelle Paolo Sari. Ce vénitien avait déjà lancé, en 2012, le concept « Beach goes Bio ».

T. +377 98 06 50 05

KINUGAWA POP-UP GASTRONOMY...

...with Japanese flair from Chef Toyofumi Ozuru, through August 31 at the Kinugawa restaurant, set up on the beach of the Hôtel Majestic Barrière in Cannes.

Kinugawa, Gastronomie éphémère... ... et japonaise, jusqu'au 31 août au restaurant Kinugawa, installé sur la plage de l'Hôtel Majestic Barrière de Cannes. Aux fourneaux : Toyofumi Ozuru.

T. +33 4 92 98 77 00





NEW HIGH-END STORES

Two new boutiques have been added to enhance your shopping experience at the Nice-Côte d'Azur Airport business terminal. In addition watchmaker-jeweler Hour Passion (Breguet, Blancpain, Omega, and more), Aelia Duty Free and Petrossian provide passengers with a superb spectrum of exclusive products. Aelia Duty Free has a range of grands crus (Petrus, Margaux, Romanée-Conti), vintage champagnes (such as Dom Pérignon and Cristal Roederer), cognacs (Hennessy, Rémy Martin) and top-name whiskeys (including Glenfiddich and Chivas Regal). It also boasts a first-rate selection of French luxury fragrances from makers like Guerlain and Hermès, all with

personalized customer and multilingual, well-informed staff. And Petrossian (see our interview on page 106) gives caviar lovers the benefit of longstanding savoir-faire and a name of renowned excellence.

SHOPPING INÉDIT

Deux nouvelles boutiques viennent désormais compléter l'offre shopping du terminal Affaires de l'aéroport Nice Côte-d'Azur. En plus de Hour Passion, horloger-joailler (Breguet, Blancpain, Omega...), les passagers peuvent également, grâce à Aelia Duty Free et Petrossian, avoir accès à des produits exclusifs. Aelia Duty Free, c'est une sélection de grands crus (Petrus, Margaux, Romanée-Conti...), de champagnes millésimés (Dom Pérignon, Cristal Roederer...), de cognacs (Hennessy, Rémy Martin...) et de whiskies d'exception (Glenfiddich, Chivas Regal...). C'est également toute une palette de fragrances synonymes de luxe à la française (Guerlain, Hermès...), le tout avec un service client sur mesure et des conseillers de vente multilingues. Quant à Petrossian (voir notre interview p 106), il offre aux amateurs de caviar le savoir-faire et l'excellence d'un nom.

www.nice.aeroport.fr



BRAZIL ON ZPLAGE



“THE” SWIM TRUNKS

The story began in the summer of 1971 on the Sénéquier terrace, when auto-racing fan Fred Fred Prysquel sketched a design on a paper tablecloth. The Vilebrequin adventure has continued ever since, from the beaches of Saint-Tropez to every corner of the world. The brand's now- iconic trunks keep pace with – or outpace – fashion trends and can be worn in matching father-and-son sets. Find them in the pop-up outlet at the Saint-Tropez airport business terminal.



«Le» maillot

Son histoire naît sur la terrasse de Sénéquier durant l'été 1971. Fred Prysquel, fan de courses automobiles, crayonne une esquisse sur un coin de table. L'aventure Vilebrequin se poursuit depuis, sur les plages de Saint-Tropez et du monde entier. Devenu emblématique, le maillot que portent en duo père et fils suit les tendances de la mode... quand il ne les précède pas. À découvrir dans le pop-up du terminal Affaires de l'aéroport de Saint-Tropez.



Celebrating 10 years of high times on the beach and just in time for the Football World Cup! The private beach at the Grand Hyatt Cannes Hôtel Martinez gives you plenty of ways to make this sporting event unforgettable: matches broadcast on a giant screen, Brazilian bands...fiesta fun guaranteed!

Le Brésil sur la Zplage Elle fête ses 10 ans et se met à l'heure de la Coupe du Monde de Football. La plage privée du Grand Hyatt Cannes Hôtel Martinez multiplie les occasions de célébrer l'événement : diffusion de matches sur écran géant, groupe de musique brésilien... Fiesta au programme !

T. +33 (0)4 92 98 73 00

A NICE APPROACH

Five thousand people took part in a survey by PrivateFly – the private-plane online-booking platform – on the most beautiful airport approaches. And the winner (perhaps not surprisingly) is Nice!

Nice N°1

Ils sont 5 000 votants à avoir participé au sondage sur les plus belles approches d'aéroport organisé par PrivateFly (la plateforme en ligne de réservation d'avions privés). And the winner is... Nice !





SHUTTLE VIP BY ROLLS ROYCE

Rolls Royce Monaco and the Cannes Mandelieu and Nice Côte d'Azur airports are partnering to roll out more than just a red carpet: they're providing private jet owners with the pleasure and comfort of a VIP shuttle from the airport to their residences. In this special offer, the moment they step off their planes, business-people and personalities can duck into a Ghost or Phantom driven by a Rolls Royce Monaco chauffeur and be taken to their home on the French Riviera in exquisite luxury and privacy. And, as rarity is what renders all things precious, this offer is limited and will be available about a dozen times over the course of the year for very specific periods, particularly around major events like the Cannes Film Festival, the Monaco Formula 1 Grand Prix, and other star attractions.

Permettre aux propriétaires de jets privés de profiter d'une navette VIP entre l'aéroport et leur domicile, c'est l'offre vraiment très spéciale mise en place par les Aéroports Cannes Mandelieu et Nice Côte d'Azur en partenariat avec Rolls Royce Monaco. A peine descendus de leur avion, businessmen and beautiful people s'engouffrent dans une Ghost ou une Phantom conduite par un chauffeur (mis à leur disposition par Rolls Royce Monaco) et rejoignent leur résidence sur la Côte d'Azur dans des conditions optimales et grand luxe. La rareté donnant aux choses toute leur valeur, cette offre reste exceptionnelle et ne se renouvelle qu'une dizaine de fois dans l'année, pour des périodes bien précises. Ainsi se rattachent-elle à des événements d'envergure, comme le Festival du Film de Cannes, le Grand Prix de Monaco de F1...

CABIN COUTURE

In 2011, Boutsen Aviation, founded in 1997 by Thierry and Daniela Boutsen, opened a special department called Boutsen Design, offering collections from the most prestigious international brands in tableware and linens (Christofle, Bottega Veneta, Baccarat, and Loro Piana Interiors, to name a few). Having renowned expertise in aircraft cabin décor, Boutsen Design was recently asked to transform the interior of a very exclusive Airbus A319 for an Eastern European owner. The result: a personalized and distinctly modern interior tailored exactly to the client's taste, with emphasis on top-of-the-line comfort and ambiance.



Design en cabine

Fondée en 1997 par Thierry et Daniela Boutsen, Boutsen Aviation s'est dotée depuis 2011 d'un nouveau département baptisé Boutsen Design. Il rassemble les marques internationales les plus prestigieuses des arts de la table et du linge de maison (Christofle, Bottega Veneta, Baccarat, Loro Piana Interiors...). Reconnu pour son expertise dans la décoration des cabines d'avions, Boutsen Design a récemment signé l'aménagement intérieur d'un Airbus A319 VIP pour un propriétaire d'Europe de l'Est ; un aménagement résolument personnalisé au goût du client, privilégiant le confort dans un esprit très haut de gamme.

www.boutsen.com

LA PREMIERE MONTRE À TRANSMISSION PAR COURROIES



AVEC LA MONACO V4, TAG HEUER A BOULEVERSÉ LES FONDAMENTAUX DE L'HORLOGERIE : LA TRANSMISSION À PIGNONS ET ENGRENAGES A ÉTÉ REMPLACÉE PAR UN SYSTÈME À COURROIES BREVETÉ UNIQUE. AUJOURD'HUI, TAG HEUER PRÉSENTE LA GÉNÉRATION LA PLUS TECHNIQUE ET LÉGÈRE DES MONACO V4 : LA MONACO V4 TITANE ET CÉRAMIQUE.

Louis Julian et Fils
JOAILLIERS à CANNES depuis 1862

71 rue d'Antibes 06400 Cannes,
Tél. 04 93 39 30 68
www.bijouterie-julian.com



TAG Heuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

Your dream of Excellence.



**LANDMARK
AVIATION**

Aéroport Nice Côte d'Azur
Terminal Aviation d'affaires
+33 (0)4 93 21 82 18
lfmn@landmarkaviation.com

NEWS



Beauty. Performance. Technology. Comfort. This business jet is a Learjet through and through and has the legendary features of its illustrious predecessors. The more spacious cabin – bigger and more comfortable than those of midsize craft – has a double-club seating configuration. That, combined with the efficient layout, gives passengers unparalleled control, with the amenities and freedom of movement that make long distances a pleasurable experience. Bombardier says this cabin is “an environment that is as innovative as it is inspiring.” The cockpit boasts both design and technology (including the Vision flight deck) and the latest-generation Pratt & Whitney Canada PW307B engines optimize performance and operating efficiency. Two other noteworthy features of the Learjet 85: low noise and emission levels.

Beauté et performance, technologie et confort. Cet avion d'affaires reste un Learjet et présente les caractéristiques légendaires de ses illustres prédécesseurs. Sa cabine, plus grande et plus confortable que celle des avions intermédiaires, présente une configuration à fauteuils club doubles ; elle offre aux passagers une maîtrise inégalée ainsi que la capacité et le confort pour parcourir de longues distances. De cette cabine,



Bombardier dit qu'elle « est un environnement à la fois innovant et inspirant. » Son poste de pilotage, lui, associe conception et technologies de pointe (dont le poste de pilotage Vision) et les moteurs Pratt & Whitney Canada PW307B de dernière génération optimisent le rendement et la rentabilité d'exploitation. Les plus du Learjet 85 : de faibles niveaux de bruit et d'émission.

www.bombardier.com

SOLAR IMPULSE II EARTH TOUR



Its wingspan is comparable to that of an Airbus A380, but it weighs no more than a large car (2.3 tons). Solar Impulse 2 (SI2), the experimental, solar-powered aircraft, is packed with leading-edge technology. The weight factor, critical to success, has been the subject of incredible focus: by night, the SI2 uses the solar energy stored during the day, and every extra kilo increases "fuel" consumption. Its daring objective is to fly up to five days and nights straight, 120 hours in total autonomy. The battery storage capacity has been boosted and the 18,000 solar cells have been encapsulated for protection from extreme conditions (the craft can fly at up to 9,000 meters' altitude). It is scheduled for a first flight from the Middle East in early 2015, beginning a very eco-friendly world tour for a machine that Bertrand Piccard, Chairman of Solar Impulse and a pilot at the company, nicknamed "the perpetual endurance plane."

LE TOUR DE LA TERRE EN 5 JOURS

Son envergure est comparable à celle d'un Airbus A380 mais il ne pèse pas plus qu'une grosse voiture (2,3 tonnes). Solar Impulse 2 (SI2), l'avion expérimental propulsé par l'énergie solaire, est un concentré de technologie. Le facteur poids, primordial pour la réussite de son défi, a fait l'objet d'efforts considérables : de nuit, l'IS2 utilise en effet l'énergie solaire emmagasinée le jour et chaque kilo supplémentaire augmente d'autant sa consommation de « carburant ». Son défi, voler jusqu'à 5 jours et 5 nuits d'affilée, soit 120 heures en autonomie totale. La capacité de stockage de ses batteries a été accrue, on a encapsulé ses 18 000 cellules photovoltaïques pour les protéger des conditions extrêmes (l'appareil pouvant voler jusqu'à 9 000 mètres de hauteur). Départ prévu depuis le Moyen-Orient début 2015, pour un tour du monde très écoresponsable, pour celui que Bertrand Piccard, président et pilote de Solar Impulse, surnomme « l'avion de l'endurance perpétuelle ».



A FIRST IN EUROPE

The Nice Côte d'Azur Airport has gone one step further with its environmental policy. The Kilo business-aviation start-up stand is now equipped with autonomous air-conditioning and power-supply systems (called pop-ups). Hatches under each aircraft start-up stand will provide direct access to a centralized power and heating/cooling system. This comprehensive, socially responsible solution helps limit of about 90% of noise pollution while significantly reducing fuel consumption. A first in Europe in a continued quest to reconcile economic and societal legitimacy.



Une première européenne

L'Aéroport Nice Côte d'Azur a franchi un pas de plus dans sa politique environnementale. L'aire de démarrage de l'aviation d'affaires Kilo est désormais équipée de systèmes d'alimentation autonomes (appelés pop-up) en climatisation et en électricité. Des trappes, installées sous chaque poste de démarrage des avions, offrent un accès direct au système centralisé d'électricité et de froid/chaud. Cette solution globale, citoyenne et responsable, permet de limiter d'environ 90% les nuisances sonores en même temps qu'elle réduit considérablement la consommation de kérosène. Une première européenne qui joue la réconciliation des légitimités économiques et sociétales.

KRONOMETRY 1999



LONDON

106, New Bond Street
+44 (0)2074 991434

PARIS

60, Rue François 1^{er} (Le Triangle d'or)
+33 (0)1 42 25 15 41

CANNES

4, La Croisette (Face Palais des Festivals)
+33 (0)4 97 06 69 70

MONACO

Le Régina - 13, Bd des Moulins
+377 97 70 44 22

SAINT-TROPEZ

3, Rue Allard "Le Grand Passage"
+33 (0)4 98 12 62 50

LYON

27, Rue Gasparin (Presqu'île)
+33 (0)4 78 37 31 92

COURCHEVEL

Hôtel Les Airelles - Courchevel 1850
+33 (0)4 79 08 77 35

[**Extraordinary
Watches**]

www.kronometry1999.com

TO BREAK THE RULES,
YOU MUST FIRST MASTER
THEM.

THE GRANDE COMPLICATION IS THE ULTIMATE
EXPRESSION OF THE WATCHMAKER'S ART. NOW
AUDEMARS PIGUET PLACES THIS SUPREME
HOROLOGICAL COMPLICATION IN THE SCULPTURAL
BODY OF THE ROYAL OAK OFFSHORE. THE SIGNATURE
PRESENCE OF OFFSHORE, AT ITS HEART THE VIRTUOSO
HERITAGE OF LE BRASSUS.



ROYAL OAK OFFSHORE
GRANDE COMPLICATION
IN TITANIUM AND CERAMIC.

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

KRONOMETRY
1999

LONDON • PARIS • CANNES • MONACO • ST TROPEZ • LYON • COURCHEVEL

www.kronometry1999.com

Visitez notre site internet pour découvrir la liste des marques disponibles dans chaque boutique

RICHARD MILLE
A RACING MACHINE ON THE WRIST



**CALIBER RM 030 KRONOMETRY 1999
WITH DECLUTCHABLE ROTOR**

Automatic winding movement
Power reserve circa 55 hours
Declutchable and adjustable rotor geometry
Winding indicator
Date display
Free sprung balance with variable inertia
Double barrel
Baseplate, bridges and balance cock made of titanium
Torque limiting crown in titanium
Balance: Glucydur, 4 arms
Inertia moment 4.8 mg cm², angle of lift 53°
Frequency: 28,800 vph (4 Hz)
Spline screws in grade 5 titanium for the bridges and the case
Interior flanges in carbon fiber
Baseplate and bridges in grade 5 titanium, wet sandblasted, titalyt® treated
Barrel bridges pvd coated
Sapphire blasted and hand-drawn surfaces
Limited edition of 9 pieces
Only available at Kronometry 1999



©trusted.com™
TRUST WHAT YOU BUY

www.richardmille.com

KRONOMETRY
1999

LONDON • PARIS • CANNES • MONACO • ST TROPEZ • LYON • COURCHEVEL

www.kronometry1999.com

Visit our web site to discover the list of the brands available in each boutique

ULYSSE NARDIN
 SINCE 1846  LE LOCLE - SUISSE



ALEXANDER THE GREAT

WESTMINSTER CARILLON TOURBILLON

JAQUEMARTS MINUTE REPEATER. MANUAL WINDING.

18 CT ROSE GOLD CASE. ALSO AVAILABLE IN 18 CT WHITE GOLD.

LIMITED EDITION OF 50 PIECES.


KRONOMETRY
 1999

LONDON • PARIS • CANNES • MONACO • ST TROPEZ • LYON • COURCHEVEL

www.kronometry1999.com

Visitez notre site internet pour découvrir la liste des marques disponibles dans chaque boutique

DE WITT

WWW.DEWITT.CH

Twenty-8-Eight Skeleton Tourbillon

18-carat rose gold

100% in-house mechanical movement - 185 components

Escape wheel and anchor made of 18-carat yellow gold

Hand-finished

Limited Edition : 28 pieces



Twenty-8-Eight Skeleton Tourbillon


KRONOMETRY
 1999

LONDON • PARIS • CANNES • MONACO • ST TROPEZ • LYON • COURCHEVEL

www.kronometry1999.com

Visit our web site to discover the list of the brands available in each boutique

HUBLOT



Big Bang Ferrari King Gold.
UNICO column-wheel chronograph.
In-house Hublot movement.
72-hour power reserve.
New red gold alloy case: King Gold.
Interchangeable strap
with a unique attachment.
Limited edition of 500 pieces.



OFFICIAL WATCH
SCUDERIA FERRARI

www.hublot.com • twitter.com/hublot • facebook.com/hublot

KRONOMETRY
1999

www.kronometry1999.com

Visitez notre site internet pour découvrir la liste des marques disponibles dans chaque boutique

BOVET
1822

BORN BY PASSION

FLEURIER AMADEO® VIRTUOSO III
5-DAY TOURBILLON WITH
RETROGRADE PERPETUAL CALENDAR
AND REVERSED HAND-FITTING
FULLY INTEGRATED CONVERTIBLE CASE



BOVET FLEURIER  SWITZERLAND

FOUNDING MEMBER OF THE QUALITY FLEURIER CERTIFICATION AND PARTNER OF THE FONDATION DE LA HAUTE HORLOGERIE

BOVET.COM

KRONOMETRY
1999

LONDON • PARIS • CANNES • MONACO • ST TROPEZ • LYON • COURCHEVEL

www.kronometry1999.com

Visit our web site to discover the list of the brands available in each boutique

DASSAULT FALCON 5X



The Golfe de Saint-Tropez Airport recently hosted the 7X - one of the flagships of the Dassault fleet and the first business jet in the world to be equipped with digital flight controls - for its certification flight test.

L'Aéroport du Golfe de Saint-Tropez a accueilli récemment le 7X, l'un des fleurons de la flotte Dassault et le premier avion d'affaires au monde à être équipé de commandes de vols numériques, pour son vol de qualification machine.

Its maiden flight is scheduled for the first half of 2015, but the Falcon5X, unveiled in October 2013 at the annual National Business Aviation Association (NBAA) convention, has already established itself as an unprecedented business aircraft. It will be the first to come equipped with flaperons, active steering-control surfaces that can be used as flaps, ailerons, or airbrakes. It will also have a new wing design and an enhanced version of the innovative digital flight control system (already found on the Falcon 7X). With a larger fuselage and the most cutting-edge digital flight control system on the market, this new Dassault Aviation business jet also has a superb range of 5,200 nautical miles (9,630 km).

www.dassault-aviation.com

Son vol inaugural est prévu pour le premier semestre 2015 mais le Falcon 5X, dévoilé en octobre 2013 à l'occasion de la convention annuelle de la National Business Aviation Association (NBAA), s'impose d'ores et déjà comme un avion d'affaires inédit. Il sera en effet le premier à être équipé de flaperons, des surfaces actives de commande de braquage pouvant servir à la fois de volets, d'ailerons et d'aérofreins. Il est, en outre, doté d'une nouvelle aile et accueillera une version améliorée du système novateur de commandes de vol numériques (déjà présent sur le Falcon 7X). Avec une section de fuselage la plus grande et un système de commandes de vol numériques le plus moderne du marché, le nouveau jet d'affaires de Dassault Aviation offrira aussi un rayon d'action important de 5 200 nm (9 630 km).


VACHERON CONSTANTIN
 Manufacture Horlogère. Genève, depuis 1755.



Introducing
THE WORLD'S THINNEST
 MANUAL-WINDING MINUTE REPEATER
Patrimony Contemporaine ultra-thin calibre 1731


KRONOMETRY
 1999

LONDON • PARIS • CANNES • MONACO • ST TROPEZ • LYON • COURCHEVEL

www.kronometry1999.com

Visitez notre site internet pour découvrir la liste des marques disponibles dans chaque boutique

Shuttle VIP by Rolls Royce

Подарить владельцам частных самолётов возможность VIP-трансфера между аэропортом и их домом - это новая уникальная услуга, доступная в аэропортах Канны-Мандельё и Ницца-Лазурный берег, предлагаемая в сотрудничестве с Rolls Royce Монако. Сразу по прибытию, деловые люди и beautiful people удобно устроятся в Ghost или Phantom с частным шофёром, предоставленными Rolls Royce Монако, и без труда доберутся до дома в роскошных условиях. Эта услуга носит исключительный характер и доступна лишь несколько раз в год, в течение определённых периодов. Например, во время Каннского кинофестиваля, Гран-при Монако F1 и т.д.



Ницца n1°

5000 человек приняли участие в опросе на лучшие услуги аэропорта, организованным PrivateFly (компания онлайн-бронирования частных самолётов). And the winner is... Nice !

100% био-звезда

Elsa, гастрономический ресторан в Monte-Carlo Beach (один из выдающихся ресторанов группы Monte-Carlo SBM), получил свою первую звезду в последнем выпуске Гиде Мишлен. Значительная награда для первого ресторана, признанного 100% био. Паоло Сари шеф-повар ресторана и убеждённый вегетарианец, уже в 2012 году создал новую концепцию «Beach goes Bio».



Интерьер-дизайн самолётов

Основанная в 1997 году Тьерри и Даниэллой Бутсен, компания Boutsen Aviation носит с 2011 года имя Boutsen Design. Она объединяет наиболее важные европейские компании, специализирующиеся в сфере посуды и постельного белья (Christofle, Bottega Veneta, Vassarat...). Всеобщее признание за свой опыт в дизайне салонов самолётов, компания Boutsen Design недавно закончила работу над Аэробусом A319 VVIP, владелец которого живёт в Восточной Европе; современный дизайн, сочетание комфорта и роскоши.



Гид Мишлен, звезды 2014

Два шеф-повара были награждены их первыми звёздами в Гиде Мишлен 2014: Арно Табарек, шеф-повар ресторана Sea Sens отеля Five Seas Hotel в Каннах, и Николя Дешерши, шеф-повар ресторана Paloma в Мужен. Меню Арно: свежие сезонные продукты и специи пяти континентов; меню Николя: удивительное сочетание традиций и творчества.

Впервые в Европе

Аэропорт Ницца-Лазурный берег сделал ещё один шаг вперёд в своей экологической политике. Взлётная полоса для деловых полётов Kilo оборудована теперь автономной системой кондиционирования воздуха и электричества (система pop-up). Люки, установленные под кокпитами самолётов, обеспечивают прямой доступ к централизованной системе электроснабжения и системе вентиляции (магистрала горячего, холодного воздуха). Такое решение позволяет уменьшить шумовые помехи на 90% и значительно снизить расход топлива. Социальные и экономические выгоды на лицо.



Bombardier Learjet

Красота и совершенство, технология и комфорт. Этот самолёт для деловых полётов является одним из представителей Learjet и имеет характеристики своих легендарных предшественников. Его кабина больше и удобнее, чем в самолётах среднего размера, и оборудована двойными креслами «клуб». Совершенная планировка и максимальный комфорт позволяют пассажирам без труда преодолевать большие расстояния. Эту кабину Bombardier назвал «одновременно инновационной и вдохновляющей». Кокпит, сочетающий дизайн и новейшие технологии (в том числе кабину Vision), и двигатели Pratt & Whitney Canada PW307B последнего поколения оптимизируют отдачу и рентабельность эксплуатации. Преимущество Learjet 85: низкий уровень шума и эмиссии.



Модный эталон

Его история началась летом 1971 года на террасе кафе Senequier в Сен-Тропе. Фред Прискель, поклонник автогонок, нарисовал эскиз на краю бумажной скатерти. С тех пор марка Vilebrequin стала одной из самых популярных на пляжах Сен-Тропе и всего мира. Ставшие эталоном, эти шорты следуют модным тенденциям



Бразилия на Zplage

Празднует своё 10-летие и переводит часы на время Кубка Мира по футболу. На частном пляже Grand Hyatt Cannes Hôtel Martinez будет много поводов, чтобы отпраздновать это событие: трансляция матчей на большом экране, группа бразильских музыкантов... Скучать не придётся!



Dassault Falcon 5x

Международный аэропорт Гольф Сен-Тропе недавно принял у себя 7X, один из знаменитых самолётов флота Dassault и первый в мире бизнес-джет, оборудованный цифровым пультом управления, для лётных испытаний. Его первый полёт запланирован на первую половину 2015 года, но Falcon 5X, представленный всеобщему вниманию в октябре 2013 года на Ежегодной конвенции Национальной Ассоциации Деловой Авиации (NBAA), уже является одним из лучших бизнес-джетов. Впервые самолёт такого типа будет оснащён флаперонами, активными системами рулевого управления, которые могут быть использованы в качестве закрылков, элеронов или воздушных тормозов. Он также будет иметь новый дизайн крыла и улучшенную версию цифровой системы управления полётом, которой уже оборудован Falcon 7X. Помимо увеличенных размеров корпуса и самой современной цифровой системы управления, новый бизнес-джет от Dassault Aviation обладает большим радиусом действия в 5200 морских миль (9630 км).

Вокруг света за 5 дней

Его размах крыльев близок к Аэробусу A380, но весит он не тяжелее автомобиля (2,3 тонны). Solar Impulse 2 (SI2), экспериментальный самолёт, работающий на солнечной энергии, - настоящий концентрат новейших технологий. Весовой коэффициент имеет решающее значение, поскольку ночью SI2 использует солнечную энергию, накопленную в течение дня, и каждый лишний килограмм увеличивает потребление топлива. Его цель - пролететь без остановки в течение 5 суток, т.е. 120 часов абсолютной автономии. Емкость такого аккумулятора была увеличена за счёт добавления 18000 солнечных ячеек, чтобы защитить их от экстремальных условий (самолёт может летать на высоте до 9000 метров). Вылет назначен на начало 2015 года с Ближнего Востока. Бертран Пикар, генеральный директор и пилот Solar Impulse готовится к кругосветному путешествию на самолёте, который он назвал «самолётом бесконечной выносливости.»

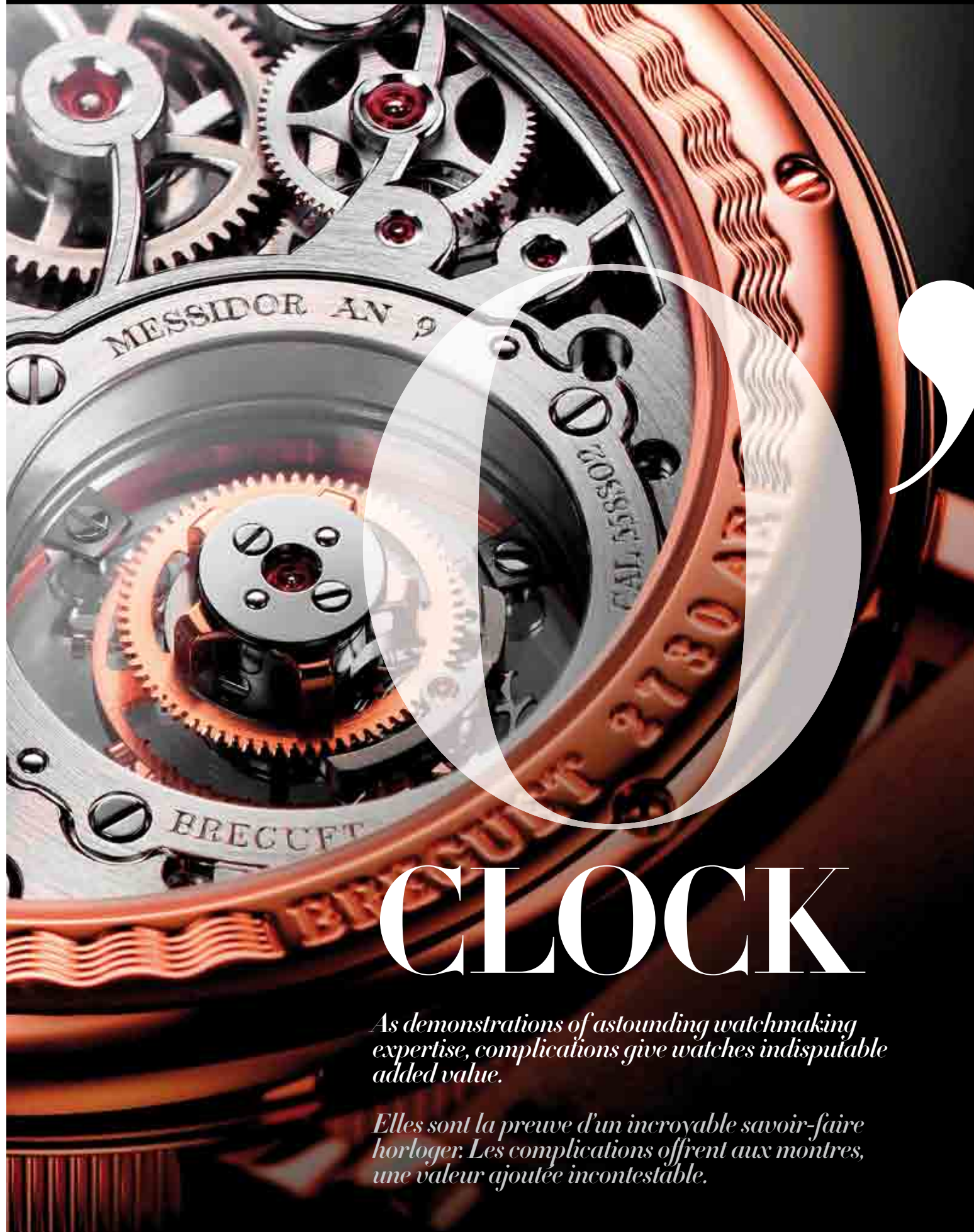
Новые магазины

В бизнес-терминале аэропорта Ницца Лазурный берег открылись два новых магазина. Теперь, помимо ювелирно-часового салона Hour Passion, предлагающего в продажу известные марки (Breguet, Blancpain, Omega...), пассажиры смогут посетить и приобрести исключительные товары в бутиках Aelia Duty Free и Petrossian. Aelia Duty Free предлагает вниманию своих клиентов широкий выбор вин Grand Cru (Petrus, Margaux, Romanée Conti...), миллезимного шампанского (Dom Pérignon, Cristal Roederer...), коньяков (Hennessy, Rémy Martin...) и исключительного виски (Glenfiddich, Chivas Regal...). Здесь также есть наилучшие французские духи (Guerlain, Hermès...). Продавцы, говорящие на нескольких языках, обеспечивают индивидуальный подход к каждому клиенту. Что касается бутика Petrossian (см. интервью на с. ХХХ), он предлагает любителями икры продукцию превосходного качества, опираясь на многолетний опыт работы.



Kinugawa, эфемерная гастрономия...

по-японски, до 31 августа в ресторане Kinugawa, расположенном на пляже отеля Majestic Barrière в Каннах. За плитой: Toyofumi Ozuru.



CLOCK

As demonstrations of astounding watchmaking expertise, complications give watches indisputable added value.

Elles sont la preuve d'un incroyable savoir-faire horloger. Les complications offrent aux montres, une valeur ajoutée incontestable.

Hublot

Classic Fusion Classico, gold case, hand-wound skeleton movement, rubber and alligator strap
 Classic Fusion Classico, boîtier en or, mouvement squelette à remontage manuel, bracelet en caoutchouc et alligator
 Kronometry 1999, 4 La Croisette, Cannes



Audemars Piguet

Royal Oak in rose gold with sapphire crystal and back, alligator strap
 Royal Oak en or rose avec glace et fond saphir, bracelet en alligator
 Kronometry 1999, 4 La Croisette, Cannes



Jaeger Lecoultrre

Master Grande Tradition Minute Repeater, hand-wound mechanical movement, alligator strap
 Master Grande Tradition à Répétition Minutes, mouvement mécanique à remontage manuel, bracelet alligator
 Louis Julian & Fils, 71 rue d'Antibes, Cannes

Blancpain

Tourbillon Caroussel in 18k red gold, enamel dial, hand-wound movement
 Tourbillon Carrousel en or rouge 18 carats, cadran en émail, mouvement à remontage manuel
 Hour Passion, Terminal Aviation d'Affaires, Nice Côte d'Azur



Ulysse Nardin

Freak Cruiser, with rose gold case, alligator strap, and a floating anchor that acts as a hand
 Freak Cruiser, boîtier en or rose et bracelet en alligator, se pare d'une ancre flottante en guise d'aiguille
 Kronometry 1999, 4 La Croisette, Cannes

Breguet

Tourbillon Messidor in rose gold with sapphire crystal, hand-wound, alligator strap
 Tourbillon Messidor en or rose et glace saphir, remontage manuel, bracelet en alligator
 Hour Passion, Terminal Aviation d'Affaires, Nice Côte d'Azur



BE SPOKE



Mesmerizing
Homme Intense eau de parfum, 60 ml,
Yves Saint Laurent
Eau de parfum, L'homme intense, 60 ml
Yves Saint Laurent
Aelia Duty Free,
Nice Côte d'Azur Airport

Stylish
Gold-tone metal bracelet,
Michael Kors
Bracelet en métal doré,
Michael Kors
Michael Kors, Nice Côte
d'Azur Airport



Convenient
Briefcase in bull calfskin, Hermès
Sac porte document en cuir taurillon, Hermès
Hermès, Nice Côte d'Azur Airport



Legendary
Bottle of Krug Grande Cuvée
Champagne
Bouteille de champagne,
Krug grande cuvée
Aelia Duty Free,
Nice Côte d'Azur Airport



Original
Ray-Ban Tech
100% titanium, laser-cut frame
Ray Ban Tech,
Monture composée à 100% de titane et
découpée au laser
Dufry, Nice Côte d'Azur Airport



Futuristic
Motorcycle with 2-cylinder, 4-stroke engine, limited
release of 100, puts out 230HP and, with a titanium / car-
bon-fiber / aerospace-steel design, weighs just 181 kg, Lotus
Motorcycle, lotus.com
Moto bicylindre produite en série à 100 exemplaire, delivre 230cv et ne
pèse que 181 kg grace à sa conception en titane, fibre de carbone et acier
aéronautique, Lotus Motorcycle, prix non communiqué, lotus.com

Precise
Meisterstück Tribute fountain pen, resin
and platinum, Mont Blanc
Stylo plume Meisterstück tribut, en résine
et platine, Montblanc
Hour Passion, Nice Côte d'Azur Airport



Elegant
Sandal in kidskin suede and leather, stiletto
heel with gold ring, Repetto
Sandale en chèvre velours et cuir, talon
aiguille avec bague en or, Repetto
Your Fashion Store,
Nice Côte d'Azur Airport



LIBRE DANS
SA TÊTE

STÉPHANE CIPRE

Unfettered spirit

BY CÉCILE OLIVÉRO
PHOTOS: THIERRY BOUËT

He was born an artist, but didn't know it at the time. He discovered it later on, quite by chance. Since then, this jack-of-all-trades has made the front page of the New York Times. But success hasn't gone to his head, as we learned when he met with us in his Saint-André-de-la-Roche workshop.

Il est né artiste mais ne le savait pas. Il l'a découvert sur le tard, un peu par hasard. Depuis, ce touche-à-tout a fait la une du New York Times. Mais le succès ne lui est pas monté à la tête, et c'est dans son atelier de Saint-André-de-la-Roche qu'il nous a reçus.



Stéphane Cipre gains a loftier perspective and surveys an assortment of his works: those of his dummy multinational, Cipse & Co, his Côtée en Bourse real-time stock exchange quotes, letters that thumb their noses at school. An artist, yes, but one with a clear-eyed and often quirky take on society!

Quand Stéphane Cipre prend de la hauteur et regarde le travail accompli... Pêle-mêle : les œuvres de sa multinationale factice, « Cipse & Co », la bourse et ses cours en temps réel, les lettres qui font un pied de nez à l'école. Artiste oui, mais avec un regard lucide et souvent décalé sur la société !



ART COVER

You were born in 1968, at the same time as pop art and Readymades. Was that a glimpse of things destined to come?

Stéphane Cipre: Perhaps...I'd say more of a tip of the hat of Fate.

What is art for you? A vocation, happenstance, a need, a passion?

At first, it was happenstance. I was born to a family of merchants: my parents had a furrier shop in Nice. My father was chairman of the regional Meilleur Ouvrier de France organization. My mother enjoyed art, often went to galleries, and had a modest artwork collection. I spent a long time trying to find myself. I studied to be a designer and stylist and I even sketched a few designs for Chacock and Yves Saint Laurent. Today, art completely directs my life. It has served as a form of therapy and saved me. I need it.

Does your past designer-stylist training influence your work now?

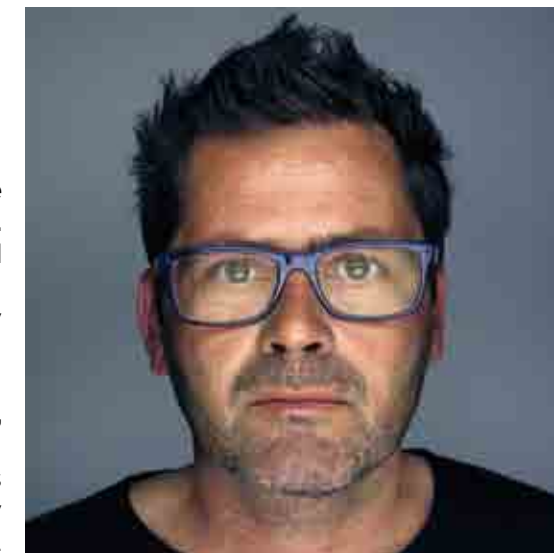
Yes, I think so. It's a small step from the sewing machine to the welding machine! I moved from fabric to sheet metal. My first profession gave me the opportunity to see things in 3D from a flat drawing and develop an immediate sense of proportion. I should add, though, that I did take courses at the Villa Thiole fine arts school in Nice.

You often say, "Je ne suis pas formaté," meaning you're not confined to one artistic form. Is that an advantage or a drawback?

An advantage! My mind is completely free and unfettered. So, naturally, that also means I'm not a match to anything institutional; but I could care less, art is my living. Sculpture is still a pleasure for me; I don't want to wrap myself in some kind of straitjacket. What I do is truly satisfying and I don't care what others might say. I only have one life to live and I don't want to live through others.

Is that your rebellious side?

I'm sure it is. My sculptures are snapshots of contemporary society. That's also what an artist does, right? Looks at things with a critical eye without limiting his or her creativity. So yes, "Market" addresses excessive consumerism. Right now, I'm working on a piece that mixes humor and current events. I'll be including a pixelated portrait of Julie Gayet in a toolbox. But don't think I want to engage in political discourse through my art! It's just a veiled reference.



Why all these letters in your works? Is that your way of thumbing your nose at school?

Exactly. One of my teachers once told me, "You'll never amount to anything in life!" And, ironically, words are what allow me to express myself, to play with the material, to prove that a poor student can become a good artist. I even pushed my quest further and got involved in philosophical work. I began exploring the signifier and the signified. I use

animals' names to create sculptures of the animals themselves: Dog, Fish, Ostrich. These works speak to everyone, both kids and adults, and make them smile.

With your "Cipse & Co" project, you've launched a new phase and proven once again that you've got quite a sense of humor.

Yes, I created a fictitious multinational called "Cipse & Co" that handles transportation of works of art. The project lets me explore the boundaries of art, industrialization,



ART COVER

globalization, and more. So the works are “strapped down” and transported on pallets: the shipping materials become a work of art themselves.

Do you set limits for yourself?

None. I live by the saying “Each day as it comes.” At the request of music producer Eddie Barclay’s son, I personalized his grave with a collection of LPs. In 2011, I designed a sculpture for the Rugby World Cup for New Zealand’s Wellington Rugby Football Union and, last year, I made a window-shade system covered in huge cherry blossoms, in collaboration with architects Francine and Pascal Goujon. I also really want to start exploring architecture.

What are your plans, in the near and distant future?

Today, I’m present to some degree just about everywhere in the world through my work. I’m currently working on an exhibition at Monaco’s Métropole Shopping Center to be displayed June 23 through September 6, 2014, and am planning a show of monumental works in Megève with the Galeries Bartoux throughout winter 2014/2015. For me, art resembles life. There’s a little bird that will soon be appearing in my art; it will symbolize the innocence of a

wonderful world and will become a recurring feature in my work. I can imagine it on traffic signs, at big-city intersections...

Vous êtes né en 1968, en même temps que le Pop Art et le Ready Made. Etait-ce un signe du destin ?

Stéphane Cibre : Peut-être... Plutôt qu’un signe, je dirais un clin d’œil.

L’art, pour vous : une vocation, un hasard, un besoin, une passion ?

Au début, un hasard. Je suis né dans une famille de commerçants ; mes parents tenaient une boutique de fourreur à Nice. Mon père a été président des Meilleurs Ouvriers de France PACA. Quant à ma mère, elle appréciait l’art, fréquentait les galeries et avait une petite collection d’œuvres. Je me suis longtemps cherché. J’ai suivi une formation de modéliste styliste et j’ai même dessiné quelques modèles pour Chacock et Yves Saint Laurent. Aujourd’hui, l’art dirige ma vie, il a été une thérapie et m’a sauvé. J’en ai besoin.

Votre formation de modéliste styliste vous influence-t-elle dans vos créations ?

Je pense. De la machine à coudre au poste à souder, il n’y a qu’un pas ! Je suis passé du tissu à la tôle. Grâce à mon premier métier, j’ai une perception en 3D à partir d’un dessin à plat et un sens immédiat des proportions. Je préciserai quand même que j’ai suivi des cours à l’école des Beaux Arts de la Villa Thiole à Nice.

Vous dites souvent : « Je ne suis pas formaté ». Est-ce une chance ou un handicap ?

Une chance ! Je suis libre dans ma tête. Alors bien sûr, en contrepartie, je ne corresponds pas à tout ce qui est institutionnel ; mais je m’en moque, je vis de mon art. Pour moi, la sculpture reste un plaisir, je ne tiens pas à m’enfermer dans un quelconque carcan. Ce que je fais m’apporte beaucoup et je me moque du qu’en-dira-t-on. Je n’ai qu’une seule vie et je ne tiens pas à la vivre au travers des autres.

Est-ce votre côté rebelle ?

Sans doute. Mes sculptures, ce sont des photographies de la société actuelle. Un artiste est aussi là pour ça, non ? Pour apporter un œil critique sans brider sa créativité. Alors oui, « Market » parle de l’hyperconsommation. En ce moment, je travaille sur une pièce qui mêle humour et actualité. Je vais inclure un portrait pixelisé de Julie Gayet dans une caisse à outils. Mais n’allez pas croire que je veux avoir un discours politique à travers mon art ! C’est juste un clin d’œil.



ART COVER

Pourquoi toutes ces lettres dans vos œuvres, pour faire un pied de nez à l'école ?

Exactement. L'un de mes professeurs m'avait dit : « Tu ne réussiras jamais dans la vie ! » Et paradoxalement, ce sont des mots qui me permettent de m'exprimer, de jouer avec la matière, de prouver qu'un mauvais élève peut devenir un bon artiste. J'ai même poussé ma recherche plus loin et engagé un travail philosophique. Je me suis penché sur le signifiant et le signifié. J'ai représenté les animaux avec leurs noms, Dog, Fish, Autruche... Ces sculptures parlaient à tout le monde, aux adultes comme aux enfants et elles les faisaient sourire.

Avec votre projet « Cipro & Co », vous avez franchi une nouvelle étape et prouvé une fois de plus que vous ne manquiez pas d'humour.

J'ai créé une multinationale factice, baptisée en effet « Cipro & Co », qui fait du transport d'œuvres d'art. Avec elle, j'explore les limites de l'art, de l'industrialisation, de la mondialisation... D'où des créations sanglées et transportées sur des palettes ; c'est l'emballage qui devient une œuvre d'art.

Vous fixez-vous des limites ?

Aucune. J'applique le dicton « A chaque jour suffit sa peine ». A la demande de son fils, j'ai personnalisé la tombe d'Eddie Barclay, par une accumulation de 33 tours. En 2011, j'ai imaginé une sculpture pour la Coupe du Monde

« *I created a fictitious multinational called "Cipro & Co" »
« J'ai créé une multinationale factice, Cipro & Co »*

de rugby, pour la New Zealand Rugby Union de Wellington et l'année dernière, j'ai réalisé des persiennes représentant des cerisiers en fleur, en collaboration avec les architectes Francine et Pascal Goujon. J'ai d'ailleurs très envie d'aller vers l'architecture.

Quels sont vos projets, immédiats et plus lointains ?

Aujourd'hui, je suis présent un peu partout dans le monde à travers mes œuvres. Je travaille actuellement sur une exposition au Métropole Shopping Center de Monaco, du 23 juin au 6 septembre 2014, et envisage une exposition d'œuvres monumentales à Megève avec les galeries Bartoux pour l'hiver 2014/2015. Pour moi, l'art reste proche de la vie. Un petit oiseau est sur le point de voir le jour dans mon art. Il symbolisera la naïveté d'un monde merveilleux et deviendra un élément récurrent de mon œuvre. Je l'imagine en installation sur des panneaux de signalisation et à des carrefours de grandes villes...

BPCA

ART AFFAIRS UNE AFFAIRE D'ART

Already having substantial presence in the galleries of France and Navarre, Stéphane Cipro now displays his works in the business aviation terminals of the Nice Côte d'Azur Airports. In Nice, Cannes Mandelieu, and Saint-Tropez, three of his sculptures, Dog, Palette and I have a dream beckon travelers to enter his world, one of knowing nods, veiled messages, and humor.

Déjà très présent dans les galeries de France et de Navarre, Stéphane Cipro installe ses œuvres dans les Aéroports de la Côte d'Azur, et plus précisément dans les terminaux de l'aviation d'affaires. A Nice, Cannes Mandelieu et Saint-Tropez, trois de ses sculptures, « Dog », « Palette » et « I have a dream » invitent les voyageurs à entrer dans son monde. Un univers fait de clins d'œil, de messages suggérés et d'humour.

Belle et bien
dans votre âge.

NOUVEAU

*Haute Exigence Jour
Multi-Intensive
Redensifie, lifte, illumine*

Et si être belle c'était tout simplement se sentir bien dans son âge? Aujourd'hui, votre peau a de nouveaux besoins. Enrichie du pouvoir anti-âge exceptionnel de l'extrait d'harungana, un nouvel actif végétal bio exclusif Clarins, la crème Haute Exigence Jour Multi-Intensive redensifie votre peau à tous les niveaux¹. Elle est plus dense, plus lisse, plus lumineuse. Il y a un âge pour être belle, le vôtre. Clarins, N°1 Européen des soins de beauté haut de gamme².

1. Tests ex vivo et in vitro. 2. Source: NPD BeautyTrends, ventes totales des 4 pays: France, Italie, Espagne (péninsule) et Royaume-Uni, produits de soin vendus en parfumeries, marques prestige, ventes en valeurs 2013.

Votre boutique en ligne:
www.clarins.com



CLARINS



ART COVER

Стефан Сипр Свобода мыслить

ОН РОДИЛСЯ АРТИСТОМ, НО НЕ ДОГАДЫВАЛСЯ ОБ ЭТОМ. ОН УЗНАЛ ОБ ЭТОМ ПОЗЖЕ, ПОЧТИ СЛУЧАЙНО. С ТЕХ ПОР, ЭТОТ МАСТЕР НА ВСЕ РУКИ ЗАНИМАЕТ ПЕРВЫЕ ПОЛОСЫ NEW YORK TIMES, НО ТАКОЙ УСПЕХ НИЧУТЬ НЕ ИСПОРТИЛ ЕГО. ИНТЕРВЬЮ В МАСТЕРСКОЙ АРТИСТА В СЕНТ-АНДРЕ-ДЕ-ЛА-РОШ.

Вы родились в 1968 году, одновременно с направлениями Pop Art и Ready Made. Это знак судьбы?
Стефан Сипр: Возможно... Не знак, а скорее намёк.

Искусство для вас - это призвание, случайность, необходимость, увлечение?

В начале - случайность. Мои родители держали магазин меховой одежды в Ницце. Мой отец был президентом сообщества Лучших Мастеров Франции региона Прованс-Альпы-Лазурный Берег. Что же касается моей матери, она любила искусство, часто посещала галереи и имела собственную небольшую коллекцию. Я долго не мог найти своё призвание. Я учился на стилиста и даже создал несколько моделей для Chasock и Yves Saint Laurent. Сегодня искусство управляет моей жизнью, оно было моей терапией и спасло меня. Я в нём нуждаюсь.

Ваше обучение на стилиста как-то повлияло на Ваше творчество?

Думаю, да. От швейной машины до сварочного аппарата - один шаг! Я перешёл от ткани к металлу. Благодаря моей первой профессии я приобрёл умение видеть плоский рисунок в 3D и точное знание пропорций. Я также ходил курсы в Школу изящных искусств Villa Thiole.

Вы часто говорите: «Я не отформатирован». Это преимущество или недостаток?

Преимущество! Я обладаю полной свободой мысли. С другой стороны, я не вписываюсь в коллективные рамки, но мне всё равно, я живу своим искусством. Скульптура для меня остаётся удовольствием, я не хочу связывать себя какими-либо узами. То, чем я занимаюсь даёт мне многое, и меня не волнует, что скажут обо мне люди. У меня только одна жизнь, и я не хочу, чтобы на неё воздействовало чужое влияние.

Протест является одной из Ваших характерных черт?

Несомненно. Мои скульптуры - это фотографии современного общества. В этом и заключается задача артиста, не так ли? Дать критическую оценку, не ограничивая своё творчество. Скульптура «Market» выражает гиперпотребление. В настоящий момент я работаю над произведением, сочетающим в себе юмор и реальность. Я включу в него пикселизированный портрет Жюли Гайе в ящике для инструментов. Не думайте, что я пытаюсь таким образом говорить о политике. Это простой намёк.

Что означают все эти буквы в Ваших произведениях? Насмешка над школой?

Именно так. Один из моих преподавателей как-то сказал мне: «Ты никогда не преуспеешь в жизни!» И, как ни странно, именно эти слова позволяют мне творить, работать с материалами, доказывать, что плохой ученик может стать хорошим артистом. Я даже решил пойти дальше и начал философскую работу, изучал проблему означающего и означаемого. Я создал скульптуры животных из их названий: Dog, Fish, страус... Они понравились и взрослым, и детям.

Создавая коллекцию «Cipre & Co» Вы перешли на новую стадию Вашего творчества и ещё раз доказали, что у Вас есть чувство юмора.

Я создал многонациональную фикцию и назвал её «Cipre & Co». Она превращает транспортировку грузов в произведение искусства. Этот проект позволяет мне исследовать границы искусства, индустриализации, глобализации... Откуда идея произведений, перевязанных и перевозимых на поддонах, где сама упаковка становится произведением искусства.

Вы устанавливаете для себя какие-либо ограничения?

Никаких. Я следую выражению: «не заботьтесь о завтрашнем дне, так как он сам будет о себе заботиться». По просьбе его сына, я оформил могилу Эдди Баркли, украсив её 33 пластинками. В 2011 году я создал скульптуру для Кубка Мира по регби для New Zealand Rugby Union, а в прошлом году я сделал жалюзи в форме цветущей вишни в сотрудничестве с

архитекторами Франсин и Паскалем Гужон. Мне, кстати, хотелось бы больше работать в области архитектуры.

Каковы Ваши планы на ближайшее и далёкое будущее?

Благодаря моей работе, я присутствую уже почти во всём мире. В Сингапуре мои произведения выставлены в Галерее Барту. Я сам ездил туда, поскольку для меня важно лично встретиться с моей аудиторией, видеть её эмоции и непонимания. По-моему мнению, искусство очень похоже на жизнь. Мои работы также выставлены в отеле Метрополь в Монте-Карло до 22 сентября этого года. Зимой 2014/2015 ещё одна выставка будет проходить в Межев, где будет представлено произведение «Epijou» на поддоне с зелёной птичкой. Эта птица станет повторяющимся персонажем моих работ и будет раскрашена в яркие цвета. Она будет символизировать наивность и чудесный мир. Я уже представляю её, сидящей на красном светофоре или на знаке «въезд запрещён».



It is the land to which the British gentry came to convalesce. Where the Russian aristocracy built extravagant mansions. Where American writers found inspiration. Picasso and Matisse captured its light for all eternity. Movie cameras have long caressed its landscapes. The world's billionaires moor in its ports. But why is it that, for more than three centuries, elite and artistic hearts have always beaten faster on the Côte d'Azur?

La haute bourgeoisie britannique venait s'y refaire une santé. L'aristocratie russe y construisit des palais extravagants. Les écrivains américains y ont trouvé l'inspiration. Picasso et Matisse ont immortalisé sa lumière. Le cinéma zoome sur ses paysages. Les milliardaires du monde entier accostent dans ses ports ... Mais pourquoi la Côte d'Azur aime-t-elle depuis plus de trois siècles élites et artistes ?

Falling FOR THE French Riviera

LA CÔTE D'AMOUR DE LA CÔTE D'AZUR

BY MAUD ANIC

The Hotel du Cap-Eden-Roc stretches luxuriantly along the Mediterranean.

L'hôtel du Cap-Eden-Roc s'avance voluptueusement vers la Méditerranée.

education on the old continent. Over time, all converged toward Menton, which became the “watering-place to be.” Robert Louis Stevenson made two trips to the coast; Queen Victoria settled here from March to April 1882, and her retinue contributed mightily to the region’s reputation. Lord Mountbatten, the last Viceroy of the British India Empire, Agatha Christie, Virginia Woolf, Winston Churchill... famous figures such as these made the French Riviera a destination of choice for their fellow citizens.

It was sailors, again, who wrote the first chapter of the love story between the Russians and the French Riviera.

In July 1783, Catherine II took interest in the city and established a Russian Consulate for Nice and Villefranche. Following in those imperial footsteps, the Russian elite discovered the Baie des Anges. Nobles, artists, writers – Nicolas Gogol spent time here in 1843 – forged ties with the old families of Nice. After the 1856 defeat of Crimea, the Russian fleet found refuge in the Villefranche harbor; it soon became a Russian naval base, where the tsars’ naval forces inhaled the heady air of paradise. That same year, Dowager Empress Alexandra Feodorovna, widow of Tsar Nicolas I, took up winter quarters in Nice for health reasons and returned to the coast several times. Members of the imperial family and aristocrats followed her example and fled St. Petersburg every winter to the infinitely more comfortable temperatures at this seaside resort, transforming Nice into a leading, upper-crust social scene.

The trend of “wintering” was thus born.

Lavish villas sprung up like mushrooms along the seaboard and Prince Lev Viktorovitch Kotchoubeï and his wife, who settled on the Côte d’Azur in 1878, were the impetus for construction of the current Chéret Museum. The princess had dreams of a Renaissance-inspired villa. But the construction dragged on and, in 1883, she sold her property with the work still sluggishly underway. An American industrialist became the next owner of the mansion and tastefully finished it. The City of Nice then bought it in 1925 as the home for a municipal museum.

The Russian passion was followed by the American craze.

A new romance had begun, one formalized on July 3, 1923, when the Murphys, a rich American couple, landed with their children and made a home at the Hôtel du Cap in Antibes. This magical place typically closed its doors...in the summertime!



It’s a morning like any other at the Nice Côte d’Azur Airport: travelers board aircraft bound for Marrakech, Istanbul, Frankfurt, Copenhagen, Tel Aviv, while others land from New York, Moscow, Luxembourg, Geneva. The latter come for business or to explore the area, no doubt feeling the delicious thrill – that slight catch of breath and thump of heart – that all visitors experience upon seeing the shoreline running from Saint-Tropez to Menton. They are on the Côte d’Azur, the French Riviera – a name of legend that has fired the world’s imagination for longer than most remember.

The light... Matisse, the master of color, described the moment his heart was won: “When I realized that I would see that light again every morning, I was simply overjoyed.” Perhaps, then, it was the light that drew Her Majesty’s sailors here. In 1704, when the Rock of Gibraltar became a possession of Great Britain, the vessels of British Crown crossed the waters of the Mediterranean and the port of Villefranche-sur-Mer was a key stopover point. That country’s sailors were swiftly followed its gentry. This was the era of the Grand Tour, a lengthy journey during which young people of proper English breeding came to enrich their



© Office de tourisme Menton

Rade de Menton

The limpid waters of the Bay of Villefranche, sheltered from the winds by high cliffs, offer smooth sailing to many boaters.

Abritée des vents par de hautes falaises, la rade de Villefranche offre ses eaux claires aux nombreux plaisanciers.



For two whole months, in fact, polite society fled the too-hot Riviera for the cooler beaches of the Channel. The hotel’s owner, Antoine Stella, hesitated about letting them stay. But Gerald and Sara Murphy presented a very convincing case: they had famous friends, ones they planned to host for sumptuous repasts and sojourns.

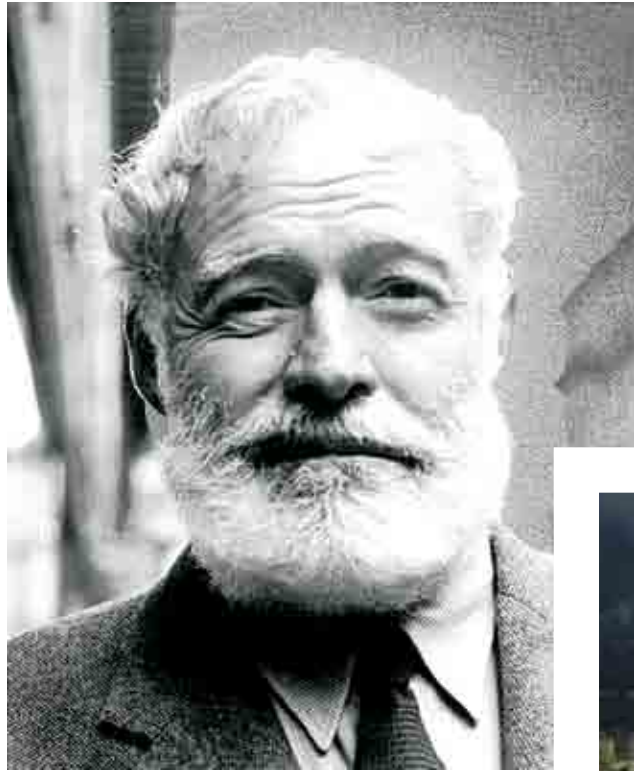
The Murphys are what today’s marketing world calls “early adopters.”

In September 1924, they purchased a house surrounded by vast, lush grounds, which they christened Villa America. Cooling dips in the salty, turquoise waters, lunch on the terrace, glasses of sherry – the Murphy’s Villa America did indeed receive many celebrities, writers in particular. Dos Passos, recalling the delightful hours spent there, wrote that “it was a marvelous life.” Hemingway stayed there in 1926. Man Ray photographed the family there. F. Scott and Zelda Fitzgerald became emblematic figures in that

**FROM THE VILLA SOLEIL TO THE HOTEL DU CAP-EDEN-ROC
DE LA VILLA SOLEIL À L’HÔTEL DU CAP-EDEN-ROC**

“On the pleasant shore of the French Riviera, about half way between Marseilles and the Italian border, stands a large, proud, rose-colored hotel...” Such was F. Scott Fitzgerald’s description of the Hôtel du Cap, under the pseudonym of the “Hôtel des Étrangers,” in his 1934 novel Tender Is the Night. For all those who have spent time there, before or since the author’s stay, it is a paradise tucked away at the southern tip of Cap d’Antibes. Auguste de Villemessant, founder of French newspaper Le Figaro, was the first to see the true qualities of this landscape and built the Villa Soleil there, a writers’ getaway that opened in 1870. In 1887, Piedmontese hotelier Antoine Stella discovered the house and decided to build his Hôtel du Cap, which officially opened to the public in 1889. The celebrated seawater swimming pool was dynamited out of the basalt in 1914. From Nobel-Prize-winning author George Bernard Shaw to the Duke and Duchess of Windsor to French actress Annabella and her American movie-star husband Tyrone Power, countless celebrities took up long- or short-term residence there. Picasso regularly came for a drink and Marc Chagall was a loyal customer. Even in those days, the Hôtel du Cap was already known as Eden-Roc. In 1964, Maja and Rudolph Oetker bought the property, closed it for renovations, to then reopen in 1969. A new day had dawned. The heavenly spot was now a legendary site.

« C’est à mi-chemin de Marseille et de la frontière italienne, un grand hôtel de crépi rose qui se dresse orgueilleusement sur les bords charmants de la Riviera... ». C’est ainsi que Scott Fitzgerald évoque l’Hôtel du Cap dans son roman Tendre est la Nuit publié en 1934. Pour tous ceux qui l’ont fréquenté avant ou après lui, le lieu est un eden niché à la pointe sud du cap d’Antibes. C’est Auguste de Villemessant, fondateur du Figaro, qui le premier prend conscience des qualités de ce paysage et y construit la Villa Soleil, refuge pour écrivains inauguré en 1870. En 1887, Antoine Stella, hôtelier du Piémont, découvre la maison et décide d’y ouvrir son Hôtel du Cap. L’inauguration a lieu en 1889. Sa fameuse piscine d’eau de mer sera taillée à la dynamite dans la pierre de basalte en 1914. Du Prix Nobel de littérature, Georges Bernard Shaw, au Duc et à la Duchesse de Windsor, en passant par la comédienne Annabella et son mari l’acteur américain Tyrone Power, de nombreuses personnalités y élisent domicile plus ou moins longuement. Picasso vient régulièrement y boire un verre et Marc Chagall est un client fidèle. L’Hôtel du Cap est alors déjà connu sous le nom d’Eden-Roc. En 1964, Maja et Rudolph Oetker rachètent la propriété, la ferment pour rénovation et ré-ouvrent en 1969. C’est une nouvelle ère. Désormais le petit coin de paradis est un endroit mythique.



From Hemingway to Prince Rainier III and Princess Grace of Monaco, the French Riviera wins over everyone from artists to royalty.

Hemingway, le Prince Rainier III et la Princesse Grace de Monaco, la Côte d'Azur séduit les artistes comme les têtes couronnées.

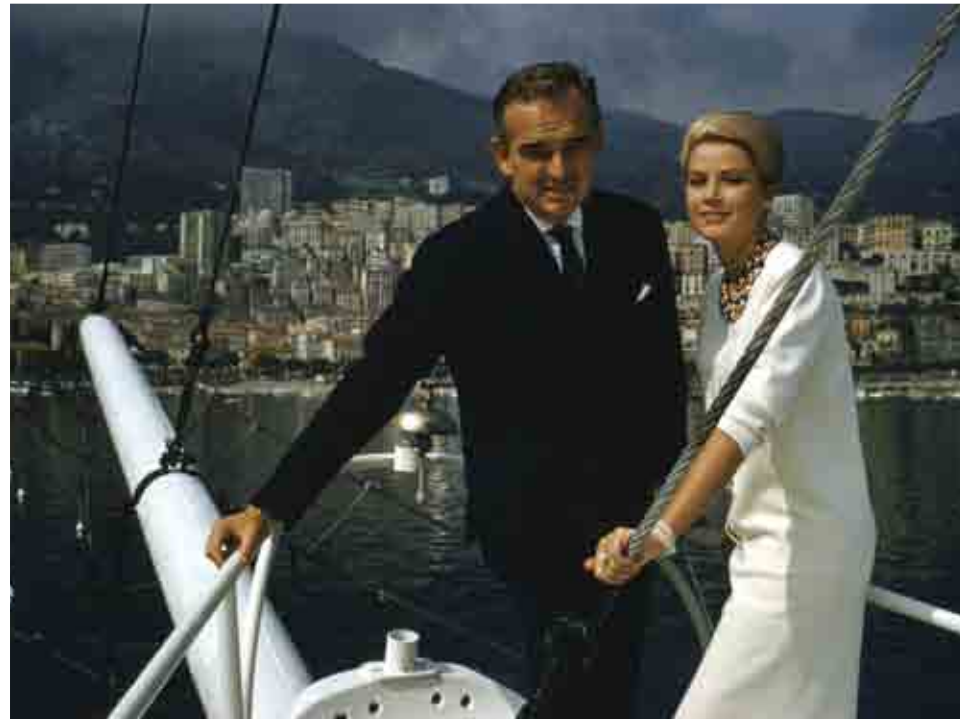
corner of the world. The legend of the Côte d'Azur progressively took shape. It was the geographic heroine of *Tender Is the Night*, Fitzgerald's novel published in 1934. But all beautiful stories come to an end. In 1929, when their son took ill, the Murphys left Villa America for Switzerland. In 1950, they sold the property to Swiss watch manufacturer Tissot, which tore it down to build another residence, which was, in turn, sold to new Russian owners.

All that was needed to complete this image of dazzling glamour was the perfect Princess.

In 1956, at age 27, Grace Kelly, born in Philadelphia on November 12, 1929, a Hitchcock heroine and 1955 winner of the Oscar for Best Actress for her role in George Seaton's *The Country Girl*, called an end to her film career to marry Prince Rainier III of Monaco. The beautiful American became Her Serene Highness Princess Grace of Monaco. She was the stunning ambassador of the Rock, one of the preferred getaways for the world's wealthy, home to the celebrated Casino and top-of-the-line hotels.

Despite the passage of time and the changing winds of fashion, the charm of the French Riviera enchants to this day.

Today, every spring, American stars swarm across the red carpet at Cannes and enjoy diving into the blue waters of the Mediterranean from their handsome vessels or private-beach hideaways. And the ports of Nice, Cannes, and Antibes play host to the gargantuan yachts of billionaires: Roman Abramovich's *Eclipse*, the Emir of Qatar's *Katara*, Microsoft co-founder Paul Allen's *Octopus*, Kingdom 5KR of Saudi Prince Alwaleed Bin Talal. The legend does indeed live on.



Collection : National Geographic © Photographie : Bates Littlehales/Getty Images

The charm of the French Riviera enchants to this day Le charme de la Côte d'Azur opère toujours

Une journée comme les autres débute à l'Aéroport Nice Côte d'Azur. Des voyageurs embarquent pour Marrakech, Istanbul, Francfort, Copenhague, Tel Aviv... D'autres atterrissent en provenance de New York, Moscou, du Luxembourg, de Genève... Ces derniers, qu'ils viennent pour affaires ou pour explorer la région, ressentent sans aucun doute le frisson délicieux que ce bout de rivage qui court de Saint-Tropez à Menton provoque chez tous les visiteurs. Ils sont sur la Côte d'Azur... Un nom mythique qui fait rêver le monde depuis bien longtemps.

La mode de l'hivernage est lancée. Les villas-palais se multiplient. C'est grâce au Prince Leon Koschoubey et à son épouse, qui s'installent sur la Côte en 1878, que la construction de l'actuel Musée Chéret est entamée. La princesse rêve d'une villa d'inspiration Renaissance. Mais la construction traîne en longueur. En 1883, elle vend sa propriété encore en chantier. Un industriel américain devient, ensuite, propriétaire du palais, l'aménageant avec goût. Puis la ville de Nice l'achète en 1925 pour y installer son musée municipal.

Après la passion russe vient l'engouement américain.

Une nouvelle idylle naît. Une relation officialisée le 3 juillet 1923 quand les Murphy, riche couple d'Américains, et leurs enfants posent leurs valises à l'Hôtel du Cap à Antibes. Ce lieu magique ferme habituellement ses portes durant... l'été ! Pendant deux mois, la bonne société fuit, en effet, la Côte d'Azur trop chaude pour les

La lumière... Matisse, maître de la couleur, avait expliqué ainsi son coup de foudre : « Quand j'ai compris que chaque matin je reverrais cette lumière, je ne pouvais croire à mon bonheur ». C'est peut-être elle qui a attiré les marins de sa Gracieuse Majesté. Dès 1704, alors que le Rocher de Gibraltar est devenu la possession du Royaume-Uni, les bâtiments de la Couronne d'Angleterre croisent dans les eaux méditerranéennes. Le port de Villefranche-sur-Mer est une escale majeure. Aux marins succède très vite la haute bourgeoisie. C'est l'époque du Grand Tour, un long voyage durant lequel les jeunes gens de la bonne société anglaise viennent parfaire leur éducation sur le Vieux Continent. Peu à peu, tous convergent vers Menton qui devient "the watering-place to be". Robert Louis Stevenson y fera deux séjours. La Reine Victoria s'y installera de mars à avril 1882 avec toute sa suite, contribuant largement à sa notoriété. Lord Mountbatten, Vice-roi des Indes, Agatha Christie, Virginia Woolf, Winston Churchill font de la French Riviera une destination incontournable pour leurs concitoyens.

C'est encore une histoire de marins qui inaugure le roman d'amour entre les Russes et la Côte d'Azur.

En juillet 1783, Catherine II s'intéresse à la ville : elle établit un consulat russe pour Nice et Villefranche. Suivant les traces impériales, les élites russes découvrent la Baie des Anges. Nobles, artistes, écrivains - Nicolas Gogol s'y attardera en 1843 - tissent des liens avec les familles niçoises. En 1856, après la défaite de Crimée, la flotte russe trouve refuge dans la rade de Villefranche qui devient une base navale militaire russe. La marine des tsars y respire un air de paradis. La même année, l'impératrice douairière Alexandra Féodorovna, veuve de Nicolas 1^{er}, prend ses quartiers d'hiver à Nice pour des raisons de santé et reviendra à plusieurs reprises. Membres de la famille impériale et aristocrates vont suivre son exemple et fuir, chaque hiver, Saint-Pétersbourg pour ce lieu de villégiature aux températures bien plus supportables, transformant Nice en salon mondain de premier plan.

THE PROMENADE DES ANGLAIS: THE BAIE DES ANGES AT YOUR FEET LA PROMENADE DES ANGLAIS, UN BALCON SUR LA BAIE DES ANGES

In the early 19th century, the Promenade, stretching 7 kilometers along the shoreline, was nothing more than a modest trail. In 1820, British barrister and churchman Lewis Way decided to upgrade the path and, at his own expense, built the "Camin deï Angles," a name which would be translated to the "Promenade des Anglais" in 1860 upon Nice's annexation by France. That sparked a revolution that catapulted the city into a more visitor-oriented era and showcased iconic buildings, such as the Opéra, and luxury hotels, like the Royal and the Negresco.

Longue de 7 kilomètres, la Promenade n'était au début du XIX^e siècle qu'un modeste sentier. En 1820, le révérend britannique Lewis Way décide d'améliorer ce chemin et, par ses propres moyens, fait construire le « Camin deï Angles », nom qui sera traduit en Promenade des Anglais en 1860 lors de l'annexion de Nice par la France. Une vraie révolution qui fait entrer la ville dans une phase plus touristique et qui met en valeur les bâtiments emblématiques comme l'Opéra mais aussi les palaces, le Royal et le Negresco.





plages plus fraîches de la Manche. Antoine Stella, propriétaire de l'hôtel, hésite. Mais Gerald et Sara Murphy ont un argument de poids pour le séduire : ils ont de célèbres amis qu'ils comptent bien recevoir à leur table.

Les Murphy sont ce que le marketing qualifierait aujourd'hui de « early adopters ». Ils acquièrent, en septembre 1924, une maison entourée d'un grand jardin luxuriant qu'ils baptisent Villa America. Baignades dans les flots bleus et salés, déjeuners sur la terrasse, verres de sherry... Les Murphy et la Villa America accueillent dès lors bien des célébrités, écrivains en tête. Se remémorant ces heures délicieuses, Dos Passos écrira: « C'était une vie merveilleuse ». Hemingway y séjourne en 1926. Man Ray y photographie la famille. Figures emblématiques du lieu, Scott et Zelda Fitzgerald. Le mythe de la Côte d'Azur est en train de prendre racine. La voici héroïne de Tendre est la nuit, roman de Fitzgerald publié en 1934. Bien sûr, toutes les belles histoires ont une fin. En 1929, les Murphy quittent la Villa America pour la Suisse car leur fils est malade. En 1950, ils vendent la Villa America au fabricant de montres suisse Tissot qui la détruit pour reconstruire une autre maison cédée ensuite à des Russes.

Pour parfaire cette image glamourissime, il ne manquait plus qu'une Princesse de FÈVE. En 1956, à 27 ans, Grâce Kelly, née le 12 novembre 1929 à Philadelphie, héroïne hitchcockienne, Oscar de la meilleure actrice en 1955 pour son rôle dans Une Fille de la Province de Georges Seaton, met fin à sa carrière pour

The ports of Nice, Cannes, and Antibes play host to the gargantuan yachts of billionaires. Les ports de Nice, Cannes ou Antibes, ils accueillent les yachts gigantesques des milliardaires

épouser le Prince Rainier III de Monaco. La belle Américaine devient alors Son Altesse Sérénissime la Princesse Grace de Monaco. Elle est la magnifique ambassadrice de ce Rocher apprécié des belles fortunes qui aiment fréquenter son fameux Casino et ses palaces.

Malgré le temps qui passe, les modes qui changent, le charme de la Côte d'Azur opère toujours. Aujourd'hui, les stars américaines foulent chaque printemps le tapis rouge du Festival de Cannes et aiment plonger dans les eaux bleues de la Méditerranée depuis leurs beaux bateaux ou cachés sur une plage privée. Quant aux ports de Nice, Cannes ou Antibes, ils accueillent les yachts gigantesques des milliardaires, L'Eclipse de Roman Abramovitch, le Katara de l'Emir du Qatar, l'Octopus de Paul Allen, co-fondateur de Microsoft, le Kingdom 5KR du Prince saoudien Al Walid Ben Talal. Le mythe continue...



Лазурный берег, берег любви

АНГЛИЙСКАЯ БУРЖУАЗИЯ ПРИЕЗЖАЛА СЮДА, ЧТОБЫ ПОПРАВИТЬ ЗДОРОВЬЕ. РУССКАЯ АРИСТОКРАТИЯ ПОСТРОИЛА ЗДЕСЬ ЭКСТРАВАГАНТНЫЕ ДВОРЦЫ. АМЕРИКАНСКИЕ ПИСАТЕЛИ НАХОДИЛИ ЗДЕСЬ ВДОХНОВЕНИЕ. ПИКАССО И МАТИСС УВЕКОВЕЧИЛИ ЗДЕШНЕЕ НЕПОВТОРИМОЕ ОСВЕЩЕНИЕ. КИНО СНИМАЕТ МЕСТНЫЕ ПЕЙЗАЖИ НА ВИДЕО. МИЛЛИАРДЕРЫ ЦЕЛОГО МИРА ПРИЕЗЖАЮТ СЮДА... НО ПОЧЕМУ ЖЕ ЛАЗУРНЫЙ БЕРЕГ ТАК ЦЕНИТСЯ ЭЛИТОЙ И АРТИСТАМИ ВОТ УЖЕ НА ПРОТЯЖЕНИИ ТРЁХ СТОЛЕТИЙ?

В Международном аэропорте Ниццы день начинается, как обычно. Пассажиры вылетают в Марракеш, Стамбул, Франкфурт, Копенгаген, Тель-Авив... Другие прилетают из Нью-Йорка, Москвы, Люксембурга, Женевы... Одни приезжают по делам, другие - просто в отпуск, но и те, и другие, несомненно, чувствуют ту приятную дрожь, возникающую при виде морского берега от Сен-Тропе до Ментона. Они приехали на Лазурный берег, в одно из самых знаменитых мест в мире.

Свет... Мастер цвета, Матисс, так объяснил свою любовь с первого взгляда: «Когда я понял, что каждое утро смогу наслаждаться этим светом, то не поверил своему счастью.» Быть может, именно этот свет привлёк внимание Её Высочества. В 1704 г., когда Гибралтар стал владением Великобритании, английские королевские судна вошли в воды Средиземноморья, в порт Вильфранш-сюр-Мер бывший тогда обязательной остановкой. Довольно быстро это место становится излюбленным не только моряками, но и буржуазией. В это время, так называемую эпоху Гран-тур, молодые люди из высшего английского общества приезжают сюда, чтобы завершить своё образование. Мало-помалу, г. Ментон становится «the watering-place to be». Роберт Льюис Стивенсон дважды приезжает сюда. Королева Виктория живёт здесь с марта по апрель 1882 года со всей своей свитой, что значительно влияет на репутацию места. Лорд Маунтбеттен, вице-король Индии, Агата Кристи, Вирджиния Вульф, Уинстон Черчилль сделали Французскую Ривьеру излюбленным местом отдыха своих сограждан.

Ещё одна история о моряках, с которой начинается любовь между Россией и Лазурным берегом. В июле 1783 г. им интересуется Екатерина II и учреждает посольства в Ницце и Вильфранш. Следуя примеру императрицы, русская элита начинает приезжать в Залив анжелов. Дворяне, художники, писатели постепенно выстраивают дружеские отношения с жителями Ниццы. Николай Гоголь живёт здесь в 1843 г. После поражения в Крыму в 1856 г. русский флот находит убежище в бухте Вильфранш и устанавливает здесь русскую военно-морскую базу. Зимой того же года императрица Александра Фёдоровна, вдова Николая I, приезжает в Ниццу, чтобы поправить здоровье, и позже возвращается сюда много раз. Члены императорской семьи и аристократы следуют её примеру и покидают Санкт-Петербург каждую зиму, чтобы насладится мягким климатом приморского курорта, превращая Ниццу в место встречи светского общества.

Так было положено начало зимней моде. Вилл и дворцов становиться всё больше. Благодаря князю Льву Кочубею и его жене, жившим на Лазурном берегу в 1878 г., начинается строительство Музея изобразительных искусств в Ницце. Княгиня мечтает о вилле в стиле Ренессанса. Но стройка

слишком затягивается, и в 1883 г. она продаёт ещё незаконченное здание американскому промышленнику, который со вкусом завершает его. В 1925 г. муниципалитет Ниццы выкупает поместье и делает его зданием музея.

После русского увлечения - американское пристрастие. И начало новой идиллии. 3 июля 1923 г. богатая американская чета Мерфи с детьми приезжают в Hotel Cap в Антибах. Но, как ни странно, это прекрасное заведение закрыто... летом! В течение двух летних месяцев высшее общество, скрываясь от жары, уезжает на берега Ла Манша. Антуан Стелла, владелец отеля, колеблется. Но у Джеральда и Сары Мерфи есть для него веский аргумент: их знаменитые друзья должны скоро присоединиться к ним.

Современный маркетинг назвал бы семью Мерфи «early adopters». В сентябре 1924 г. они покупают дом с огромным красивейшим садом. Они называют его Villa America. Купания в голубой солёной лагуне, обеды на террасе, бокалы хереса... Мерфи и Villa America принимают у себя знаменитостей, известных писателей. Вспоминая эти прекрасные часы, Дос Пассос писал: «Жизнь в то время казалась сказкой.» Хемингуэй гостит у них в 1926 г. Ман Рэй запечатлел здесь их семейные фотографии. Скотт и Зельда Фицджеральд стали эмблемой Лазурного берега. Роман Ф. Скотта Фицджеральд «Ночь нежна» был опубликован здесь в 1934 г. Но все красивые истории когда-то заканчиваются. В 1929 г. семья Мерфи уезжает из Villa America в Швейцарию из-за болезни их сына. И в 1950 г. имение было продано швейцарскому производителю часов Tissot, который, в свою очередь, сносит дом и строит на его месте другой, а затем продаёт его русским покупателям.

В этой гламурной истории не хватает лишь принцессы. В 1956 г., в возрасте 27 лет, Грейс Келли, героиня Хичкока, получившая в 1955 г. Оскар за лучшую женскую роль в фильме «Деревенская девушка» Джорджа Ситона, вышла замуж за Князя Монако Ренье III. Красивая американская актриса становится Её Высочеством Принцессой Монако Грейс и прекрасной представительницей княжества, столь любимого светским обществом.

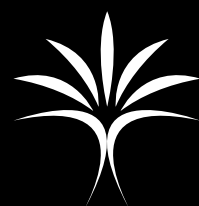
Проходят годы, меняется мода, но очарование Лазурного берега остаётся неизменным. Сегодня мировые кинозвезды поднимаются по красной дорожке Каннского Фестиваля и всё также любят нырять в голубые воды Средиземноморья с роскошных яхт или частных пляжей. Что же касается портов Ниццы, Канн, Антиб, они принимают у себя гигантские яхты миллиардеров, Eclipse Романа Абрамовича, Katara Эмира Катара, Octopus Пола Аллена, соучредителя Microsoft, Kingdom 5KR саудовского Принца Аль-Валид ибн Талал. Легенда продолжается...

NICE
CANNES
SAINT-TROPEZ



3 AIRPORTS
1 LEVEL OF EXCELLENCE

Beyond expectations



SKY VALET*

SUR MESURE. RELIANCE

www.skyvalet.com

*FBO powered by ACA excl. Nice

Special
REVIEW



© Dassault Aviation

Côte d'Azur Airports NEXT WAYPOINT!

LE GRAND ENVOL

Every major region has its own prestigious airport. As the beating heart of French Riviera air travel, a critical component to the area's success and repute as confirmed by HSH Prince Albert II and corporate leaders, the Côte d'Azur Airports has begun a major transformation. Dominique Thillaud, the airport's Chairman, and Michel Tohane, General Aviation Business Unit Director, talk about their plans. A special report on a spectacular take-off that is moving upmarket, headed for private skies.

Il n'est pas de grande région sans aéroport de prestige. Poumon aérien de la Riviera française, indispensable à son rayonnement comme en témoignent SAS le Prince Albert 2 et les chefs d'entreprise, les Aéroports de la Côte d'Azur amorcent une mutation d'envergure. Dominique Thillaud, président de l'aéroport, et Michel Tohane, directeur de l'aviation générale, racontent leurs projets. Dossier spécial sur un spectaculaire envol vers le haut de gamme.

BY DENIS JEAMBAR
PHOTOS: THIERRY BOUËT

a

t age 45, Dominique Thillaud, has an impressive resume. But, more than anything, he is a major corporate player with true passion. Since being appointed in October 2012, he has launched a colossal plan to make France's second-ranked airport (after Paris) even more attractive. A veritable revolution. Here's the story.

There are a thousand ways to portray Dominique Thillaud. We could start with his physique. The size of this colossus is intimidating, but also wins confidence on sight. It's all in the smile and the gaze; his twinkling eyes and expressive face exude empathy. The first words you hear share that resonance – direct, forthright. And this native of Hendaye – France's most southwesterly city – is as Basque in birth as he is in temperament.

THREE BOSSES. THREE LESSONS.

He now oversees 600 women and men, nearly 3,000 when you count subcontractors. His previous position – Director of Corporate Strategy, Investment and Development and Chairman of SNCF Energie – provides a glimpse of his company-director persona. This is a man who loves strategy and its corollary, development. In short, he defends the triad of vision, creation, movement. Most importantly, during his railroad life that spanned a decade, from 2002 to 2012, he worked with three bosses who helped him develop a foundation: Louis Gallois, Anne-Marie Idrac, and Guillaume Pepy. "They were the bricks," he says, "that allowed me to build myself." When he learned that the State had appointed a headhunter to find a successor to Hervé de Place – Chairman of the Côte d'Azur Airports for 25 years – he took the plunge.

He knew there was a chance he'd be the one appointed. His railroad experience made him a transportation specialist. He knows the public sector well and mastered dialogue with the Ministry of Finance. From that experience was born this maxim: "Never surprise your shareholder, whether it's good news or bad." But he had another string in his bow: a superb understanding of the private sector, simply because that's where he got his start. Working at Banexi, the investment bank of the BNP Paribas Group in Brussels, he gained experience in mergers and acquisitions! Two years later, at PricewaterhouseCoopers, he worked in business valuation and privatization consulting with developing countries. He even went to Congo-Brazzaville and Madagascar. He knocked around accruing know-how in the bush for two years, then changed jobs.

That was when he landed at Scottish merchant bank Robert Fleming & Co. This ancient institution eventually fell into the hands of Chase Manhattan Bank, then those of J.P. Morgan. But the upper-echelon shakeup didn't keep Thillaud from carving out a place in what would ultimately become his specialty: transportation, in the broadest sense of the word. It was thus that he found himself setting off on an exciting odyssey, creating EADS. He took part as an advisor during its founding. "I gave them 11 months of my life. Seven days a week. I was set up in the offices of the Lagardère Group, and there I saw what a great captain



© Aéroport Nice Côte d'Azur



"Our airport is becoming the Fifth Avenue of the Côte d'Azur".

"Notre aéroport sera la cinquième avenue de la Côte d'Azur".

Dominique Thillaud

of industry really was, embodied by Jean-Luc Lagardère. He had vision; he had authority."

To become a true corporate boss, you have to have gone through several forms of boot camp. Dominique Thillaud's experience made him an ideal candidate for the Côte d'Azur Airports. He has everything he needs to get things done. And he gets things done.

Dominique Thillaud: In reality, these new responsibilities aren't as different as one might think from my earlier profession. An airport is both a parking lot and a train station, where you manage aircraft and passengers. In other words, I didn't take a leap into the unknown. Plus, the realm of air transportation is going through a commercial revolution that means we need to adapt. And I came on the scene just as that was starting to happen!

Before you start a growth phase, you have to take stock of things. What conclusions have you drawn since you took on the Airports chairmanship in 2012?

I made a simple observation. The French Riviera won't have TGV service for another 30 or 40 years and is still five hours away from Paris by train. The highway that leads to Italy won't be widened, even though it has hit saturation. This situation means air travel is the key to the region's present and future. Second observation: after the Aéroports de Paris, we are France's second-busiest airport in passenger traffic. In 2013, we saw 11.5 million passengers pass through our terminals. In six years, the number of Chinese travelers has gone from 40,000 to 450,000! The appeal of this glittering diamond necklace made up of Cannes, Antibes, Nice, Monaco, and Menton keeps growing worldwide. With such a magnetic region behind us, we can develop in spectacular ways. And the people making up this flow also have major purchasing power: we have the highest per-passenger airport spending!

Is that your winning formula, this combination of air travel and luxury?

We're at the heart of the upscale economy. Besides, I have a second business in air travel and luxury: after Le Bourget, we're Europe's second-ranked airport for business aviation. We have a dedicated terminal for that. In this booming sector, we're seeing 46,300 aircraft movements a year. For the most part, corporate leaders are the ones who have the resources for this, and there are a lot of



Restyled, efficient, designer terminals give the airport a new look that is decidedly contemporary.

Des terminaux redessinés, fonctionnels et design offrent à l'aéroport un visage résolument contemporain.

A 45 ans, Dominique Thillaud, le président du directoire d'Aéroports de la Côte d'Azur, affiche un impressionnant curriculum vitae. Mais c'est d'abord un chef d'entreprise passionné. Dès sa nomination en octobre 2012, il a lancé un vaste plan pour rendre encore plus attractif le deuxième aéroport de France après Aéroports de Paris. Une véritable révolution. Explications. Il y a mille façons de faire le portrait de Dominique Thillaud. On pourrait commencer par son physique. Ce colosse impressionne par sa taille, mais il séduit également dès le premier contact. Tout est dans le sourire et le regard : ses yeux pétillants et son visage expressif créent de l'empathie. Ses premiers mots sont à l'unisson : directs et sans détour. Ce Basque d'Hendaye, attaché à ses racines, est aussi un Basque de tempérament.

TROIS PATRONS, TROIS LEÇONS

Il dirige à présent 600 femmes et hommes, près de 3 000 avec les sous-traitants. Ses précédentes fonctions - directeur de la stratégie corporate, des investissements et du développement et président de SNCF Energie - tracent sa silhouette de chef d'entreprise. Cet homme aime la stratégie et son corollaire, le développement. Bref, il défend le triptyque vision, création, mouvement.

Dans cette vie ferroviaire qui aura duré 10 ans, de 2002 à 2012, il a surtout connu trois patrons qui l'ont aidé à se fabriquer un socle : Louis Gallois, Anne-Marie Idrac et Guillaume Pepy. « Ce sont des briques », confie-t-il, « qui m'ont permis de me construire. » Quand il apprend que l'Etat a désigné un chasseur de têtes pour dénicher un successeur à Hervé de Place - qui préside depuis 25 ans Aéroports de la Côte d'Azur -, il se jette à l'eau.

Il sait qu'il a quelques chances d'être nommé. Son expérience ferroviaire en fait un spécialiste des transports. Il connaît bien le secteur public et a appris à dialoguer avec le ministère des Finances. Il en a tiré ce dicton : « Il ne faut jamais surprendre son actionnaire en mal ou en bien. » Mais il a une autre corde à son arc : il connaît très bien le secteur privé. Tout simplement parce qu'il y a fait ses débuts. Au sein de la Banexi, la banque d'affaires du groupe BNP Paribas à Bruxelles, il se frotte aux fusions-acquisitions. Deux ans plus tard, chez PricewaterhouseCoopers, il fait de l'évaluation d'entreprise et du conseil en privatisation auprès des pays en développement. Il s'en va même au Congo Brazzaville et à Madagascar. Il roule sa bosse en brousse durant 24 mois puis change de job.

major companies with offices in this region. The airport provides them with an ideal means of transportation for getting around the world. The airplane opens the French Riviera to the rest of the planet, breaks it out of this box. The increase in international conferences is proof. Cannes is more than just a prestigious film festival; it's also 300 days of international conventions every year! What's more, the seasonality of these conventions now spreads out from March to late October. For our airport, October 2013 was the first time we hit a million passengers!

What are your numbers?

Despite the crisis, we had more than 3% growth in 2013, for both business aviation and travelers. By comparison, the traffic at France's other large airports changed from between minus 1% to 0.5%. I would add that we're the world's leading heliport in terms of regular traffic. We have a very broad offer for travelers, hosting over 50 airlines that serve more than 100 destinations in nearly 35 different countries.

What is your development plan?

"Altitude 2018" is based on a branding strategy. The French Riviera is the gold mine of the luxury world, and where there's luxury, there are very upscale services. So I began by abandoning the construction project for an ultra-low cost terminal. That's not the kind of aviation we're interested in. Then I decided that we would move forward with two foundations, business and tourism, while taking care to maintain an average passenger profile of the highest possible level.

Isn't that a contradictory approach?

No, it's not so difficult to dovetail the two. Our policy is simple and sets us apart from the rest: we don't subsidize airlines so that they'll come to the Côte d'Azur. You should know that Delta Airline's Nice-New York route is one of the most profitable that airline has.

What specific initiatives have you rolled out?

The airport teams, with help from the English firm Design Solutions, have redesigned the two terminals. We'll be doubling the comfort surface area and retail spaces. This

requires a complete overhaul of public spaces. Travelers are only available once they've checked their baggage and passed through the "PIF" (Poste Inspection Filtrage), the customs and security checkpoints. The main focus of this massive spatial restructuring is passenger comfort: we're renovating all terminals to a premium standard. And, starting in 2016 for Terminal 1 and 2017 for Terminal 2, we'll have a retail area that can legitimately be called the Fifth Avenue of the Côte d'Azur. All the major brands will be there.

And what does your "Altitude 2018" plan have in store for business aviation?

Beyond the quality of the reception amenities, my biggest concern is parking for aircraft, because what we have at Nice isn't sufficient. We already had the Cannes Mandelieu Airport and we bought the Saint-Tropez site and took over the management of San Remo. We hope to buy other business airports. On top of that, we're setting up concierge services in Cannes to truly meet all our clients' needs. We specialize in top-of-the-line service fields. Our watchword is "innovation." That's the path to success.



A hands-on man of extensive experience, Dominique Thillaud defends the triad of vision, creation, movement.

Homme de terrain, Dominique Thillaud défend le triptyque vision, création, mouvement.

Pour se développer, il faut d'abord établir un état des lieux. Quel bilan avez-vous dressé en arrivant à la tête des Aéroports en 2012 ?

J'ai fait un constat simple. La Côte d'Azur ne sera pas desservie par le TGV avant 30 ou 40 ans et reste à 5 heures de Paris en train. L'autoroute qui conduit à l'Italie, bien que saturée, ne sera pas élargie. Cette situation fait du transport aérien la clé du présent et du futur de la région. Deuxième observation : derrière Aéroports de Paris, nous sommes le deuxième aéroport de France pour le trafic des voyageurs. Nous avons accueilli, en 2013, 11 500 000 passagers. Le nombre de voyageurs chinois est passé, en six ans, de 40 000 à 450 000 ! L'attractivité de ce collier de diamants que sont Cannes, Antibes, Nice, Monaco et Menton ne cesse de progresser. Adossés à cette région-aimant, nous pouvons nous développer de manière spectaculaire. Ce flux de personnes a, en outre, un très haut pouvoir d'achat. Nous avons dans l'aéroport la plus forte dépense par passager !

Cette équation qui combine l'aérien et le luxe, est-ce votre martingale pour réussir ?

Nous sommes au cœur de l'économie du haut de gamme. D'ailleurs, j'ai un second métier dans l'aérien et le luxe : derrière Le Bourget, nous sommes le deuxième aéroport en Europe pour l'aviation d'affaires. Un terminal lui est dédié. Nous enregistrons dans ce secteur en plein développement 46 300 mouvements par an. Pour l'essentiel, ce sont des chefs d'entreprises qui y ont recouru. De nombreuses grandes entreprises sont installées dans la région. L'aéroport leur offre un moyen de transport idéal vers le monde entier. Grâce à l'avion, la Côte d'Azur est désenclavée. La multiplication des congrès internationaux en est la preuve. Cannes ne se résume pas à son prestigieux festival du film, c'est aussi 300 jours de congrès internationaux par an ! En outre, la saisonnalité de ces congrès s'étale désormais du mois de mars à la fin octobre. Pour l'aéroport, octobre 2013 a été, pour la première fois en octobre, millionnaire en passagers !

Quels sont vos chiffres ?

En dépit de la crise, notre croissance a été de plus 3% en 2013, aussi bien pour l'aviation d'affaires que pour les voyageurs. A titre de comparaison, le trafic des autres aéroports français significatifs a évolué de -1% à + 0,5%. J'ajoute que nous sommes le premier héliport au monde en termes de trafic régulier. Notre offre voyageurs est très large : nous accueillons plus de 50 compagnies qui desservent plus de 100 destinations dans plus de 35 pays différents.

Quel est votre plan de développement ?

« Altitude 2018 » repose sur une stratégie de marque. La Côte d'Azur, c'est la mine d'or du luxe, et qui dit luxe dit services très haut de gamme. J'ai donc commencé par abandonner le projet de construction d'un terminal ultra low cost. Ce n'est pas le genre d'aviation qui nous intéresse. Ensuite, j'ai décidé que nous marcherions sur deux pieds : le business et le tourisme, tout en veillant à maintenir le profil du passager moyen à un niveau le plus élevé possible.

N'est-ce pas contradictoire ?

Non, et ce n'est pas si difficile à conjuguer. Notre politique est simple et différenciante : nous ne subventionnons pas les compagnies pour qu'elles viennent sur la Côte d'Azur. Il faut savoir que la ligne Nice-New York est l'une des plus rentables de Delta Airlines.

Quelles actions concrètes avez-vous déclenchées ?

Les équipes de l'aéroport, avec l'aide du cabinet anglais Design Solutions, ont redessiné les deux terminaux. Nous allons doubler les surfaces de confort et les zones commerciales. Cela passe par une refonte complète des espaces publics. Le voyageur n'est disponible qu'une fois



Dining areas and shops add interest and energy to the terminals.

Espaces de restauration et boutiques participent à l'animation des terminaux.

qu'il a enregistré ses bagages et franchi le « PIF », le « Poste-Inspection-Filtrage », c'est-à-dire la douane et les contrôles de sûreté. La principale préoccupation dans cette vaste réorganisation spatiale est le confort du passager : nous rénovons tous les terminaux pour qu'ils deviennent Premium. Nous offrirons également, à partir de 2016 pour le Terminal 1 et 2017 pour le Terminal 2, une zone commerciale qui se définit comme la Cinquième Avenue de la Côte d'Azur. Toutes les grandes marques y seront représentées.

Et pour l'aviation d'affaires, que prévoit votre plan « Altitude 2018 » ?

Outre la qualité de l'accueil, ma première préoccupation ce sont les parkings pour les avions, car ceux dont nous disposons à Nice sont insuffisants. Nous avons déjà l'Aéroport Cannes Mandelieu, nous avons racheté celui de Saint-Tropez et pris en gérance celui de San Remo. Nous espérons acheter d'autres aéroports d'affaires. Par ailleurs, nous installons une conciergerie à Cannes pour répondre à toutes les demandes de nos clients. Nous nous spécialisons dans les métiers du service haut de gamme. L'innovation est notre credo. Elle est la voie de la réussite.

Высокий взлёт

ПРЕСТИЖНОМУ РЕГИОНУ - ПРЕСТИЖНЫЙ АЭРОПОРТ. ВОЗДУШНЫЕ ЛЁГКИЕ ФРАНЦУЗСКОЙ РИВЬЕРЫ, СТОЛЬ НЕОБХОДИМЫЕ, ПО МНЕНИЮ РУКОВОДИТЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ, ДЛЯ ЕЁ РАЗВИТИЯ, АЭРОПОРТЫ ЛАЗУРНОГО БЕРЕГА ВСТАЛИ НА ПУТЬ РАДИКАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ. ДОМИНИК ТИЙО, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР АЭРОПОРТА, И МИШЕЛЬ ТОАН, ДИРЕКТОР СЛУЖБЫ АВИАЦИИ ОБЩЕГО НАЗНАЧЕНИЯ, РАССКАЗЫВАЮТ О СВОИХ ПРОЕКТАХ. СПЕЦИАЛЬНЫЙ РЕПОРТАЖ О ЗАХВАТЫВАЮЩЕМ ВЗЛЁТЕ К ВЫСОКОМУ КЛАССУ.

В 47 лет Доминик Тийо, Генеральный директор аэропортов Лазурного берега, имеет впечатляющее резюме. Но, прежде всего, он – талантливый руководитель. Со времени своего назначения в 2012 году, он внёс огромное количество нововведений для усовершенствования второго по пассажиропотоку аэропорта Франции. Знакомство с Домиником Тийо. Есть множество способов рассказать о нём. Начнём с внешности. В свои 47 лет он не только впечатляет своим ростом, но и при первой же встрече располагает к себе своей улыбкой и взглядом. Выражение его лица всегда доброжелательно, речь – проста и открыта. Уроженец баскского Андая, привязанный к своим корням, он также обладает баскским темпераментом.

Три руководителя, Три правила

Сегодня в его подчинении находятся 600 работников и около 3000 субподрядчиков. Его предыдущие посты: директор по корпоративной стратегии, инвестициям и развитию и генеральный директор SNCF Energie – подчёркивают профиль опытного предпринимателя. Этот человек, ценящий стратегию и развитие, придерживается триптика: обзор, креативность, движение. В его десятилетнем железнодорожном опыте, с 2002 по 2013 год, он работал с тремя руководителями, которые помогли ему выковать свой характер: Луи Галоа, Анн-Мари Идрак и Гийом Пели. «Это кирпичики, – говорит он, – благодаря которым я выстроил свой опыт.» Когда Доминик узнает, что государство обратилось к специалисту с целью найти преемника Эрве де Гляса, управлявшему аэропортами Лазурного берега в течение 40 лет, он ни минуты не сомневается с своих способностях. Он знает, что у него есть все шансы быть назначенным. Его предыдущие посты сделали из него специалиста по транспортному обслуживанию. Он хорошо знает государственный сектор и умеет вести переговоры с министрами экономики и финансов. Из полученного опыта он делает вывод, ставший для него поговоркой: «Акционеры не любят ни хороших, ни плохих сюрпризов.» Но у него есть ещё одно преимущество: он также хорошо знает и частный сектор, поскольку в нем началась его карьера. Доминик работает в коммерческом банке Valpexi, филиале группы BNP Paribas в Брюсселе, затем, двумя годами позже, занимается оценкой предприятий и консалтингом приватизации в развивающихся странах. Он уезжает в Конго, на Мадагаскар, ездит по многочисленным странам в течении двух лет, а затем меняет работу. Он приходит в шотландский коммерческий банк Роберта Флеминга. Вскоре банк становится филиалом группы Chase Manhattan Bank, а после – J.P. Morgan. Но эти значительные изменения не мешают Доминику Тийо идти в желаемом направлении: транспорт, в широком смысле этого слова. Он участвует в захватывающем проекте – организации Европейского аэрокосмического и оборонного концерна. Доминик выступает в качестве консультанта при его создании: «Я отдал ему 11 месяцев моей жизни. Семь дней в неделю. Работая в компании Lagardère и наблюдая за личностью Жан-Люка Лагадера, я понял, что такое настоящий капитан. Он обладал аналитическим мышлением и пользовался большим авторитетом.» Чтобы стать n°1 предприятия, нужен разносторонний опыт. Опыт Доминика Тийо делает из него идеального кандидата на пост директора аэропортов Лазурного берега. И он доказывает это.



© Jérôme Keilaopian

Доминик Тийо: Сказать по правде, мои новые обязанности не так уж сильно отличаются от моей бывшей профессии. Аэропорт – это одновременно паркинг и вокзал, где нужно управлять самолётами и пассажирами. Мне это не в новинку. С другой стороны, сфера воздушного транспорта переживает сегодня настоящую коммерческую революцию, к которой необходимо адаптироваться. Я пришёл в момент её развития!

Чтобы начать развитие, нужно проанализировать существующую ситуацию. Какие итоги Вы подвели после вашего назначения в 2012 году?

Я сделал простой вывод. Лазурный берег не будет обслуживаться скоростным поездом ещё 30 или 40 лет и находится в 5 часах езды от Парижа на обычном поезде. Скоростная автотрасса, ведущая в Италию, сильно загружена и не будет расширена. Такая ситуация делает воздушный транспорт ключом к успеху региона. Второе наблюдение: наш аэропорт – второй по пассажиропотоку во Франции, после аэропортов Парижа. В 2013 году мы приняли 11 500 000 пассажиров. За

шесть лет количество китайских туристов увеличилось с 40 000 до 450 000! Популярность Канн, Антиб, Ниццы, Ментона и Монако не перестаёт расти. Благодаря репутации региона мы имеем потрясающую возможность развития. Более того, этот поток людей обладает высокой покупательной способностью. В нашем аэропорту зарегистрирован самый высокий процент расходов, осуществляемых одним пассажиром!

Сочетание авиации и люкса – Ваша формула успеха?

Мы находимся в центре экономики роскоши. Кстати говоря, у меня есть вторая специальность, связанная со сферой авиации и роскоши: наш аэропорт – второй в Европе, после Женевы, по бизнес-авиации. Ей отведён отдельный терминал. В этом постоянно развивающемся секторе мы зарегистрировали интенсивность движения равную 46 300 в год. По большому счету, услугами бизнес-авиации пользуются руководители предприятий. В нашем регионе находится большое количество крупных организаций, и воздушный транспорт для них – идеальное средство передвижения по всему миру. Самолёты обеспечивают комфортный доступ к Лазурному берегу. Увеличение количества различных международных встреч – прямое тому доказательство. Канн – это не только престижный кинофестиваль, но также 300 дней международных съездов в год! Кроме того, период таких встреч длится с марта по конец октября. В октябре 2013 года впервые в нашем аэропорте было зарегистрировано миллион пассажиров!

Каковы Ваши результаты?

Несмотря на кризис, наш рост в 2013 году достиг 3%, как в бизнес-авиации, так и в обычных рейсах. Для сравнения скажу, что трафик других крупных аэропортов Франции колеблется от -1% до +0,5%. Добавлю, что мы – первый гелипорт в мире по числу регулярных рейсов. В нашем аэропорту предложен широкий выбор направлений: мы сотрудничаем с 70 авиакомпаниями, обслуживающими 110 направлений в 40 странах мира.

Расскажите о Вашем плане развития.

Проект «Altitude 2018» основан на стратегии марок. На Лазурном берегу процветает экономика роскоши. А где есть роскошь – есть сфера первоклассных услуг. Я принял решение отказаться от строительства терминала low cost, т.к. мы не заинтересованы в авиации такого типа. Нашей целью являются сферы бизнеса и туризма, и мы стремимся поддерживать профиль среднего пассажира самого высокого уровня.

Это звучит противоречиво, не так ли?

Нисколько. Наша политика довольно проста: мы не платим субсидий авиакомпаниям, чтобы они летали на Лазурный берег. Добавлю, что, например, рейс Ницца – Нью-Йорк является одним из самых прибыльных для компании Delta Airlines.

Каковы Ваши конкретные действия?

Работники аэропорта, при помощи английской компании Design Solutions, разработали улучшенный план двух терминалов. Коммерческие зоны и зоны отдыха будут увеличены вдвое. Общественное пространство будет полностью пересмотрено. Пассажир свободен только после регистрации багажа и прохождения пунктов контроля, т.е. пограничного контроля и пункта досмотра. Наша главная цель в реорганизации этого пространства – комфорт пассажиров. Вскоре все наши терминалы будут класса Premium. Мы также откроем, в 2016 г. в терминале 1 и в 2017 г. в терминале 2, коммерческую зону, похожую на V авеню Лазурного берега, где будут представлены все известные марки.

Какие изменения проект «Altitude 2018» принесёт в бизнес-авиацию?

Помимо качества приёма, моей первой заботой являются стоянки для самолётов, т.к. в аэропорту Ниццы их недостаточно. Аэропорт Канн-Мондэльё уже принадлежал нам, недавно мы выкупили аэропорт Сен-Тропе, а аэропорт Сан-Ремо находится под нашим руководством. Мы также планируем купить другие бизнес-аэропорты. Кроме того, мы учредили консьерж-сервис в Каннах, чтобы ответить на все запросы наших клиентов. Мы специализируемся в области высококлассного обслуживания. Инновации являются нашим кредо и нашим путём к успеху.

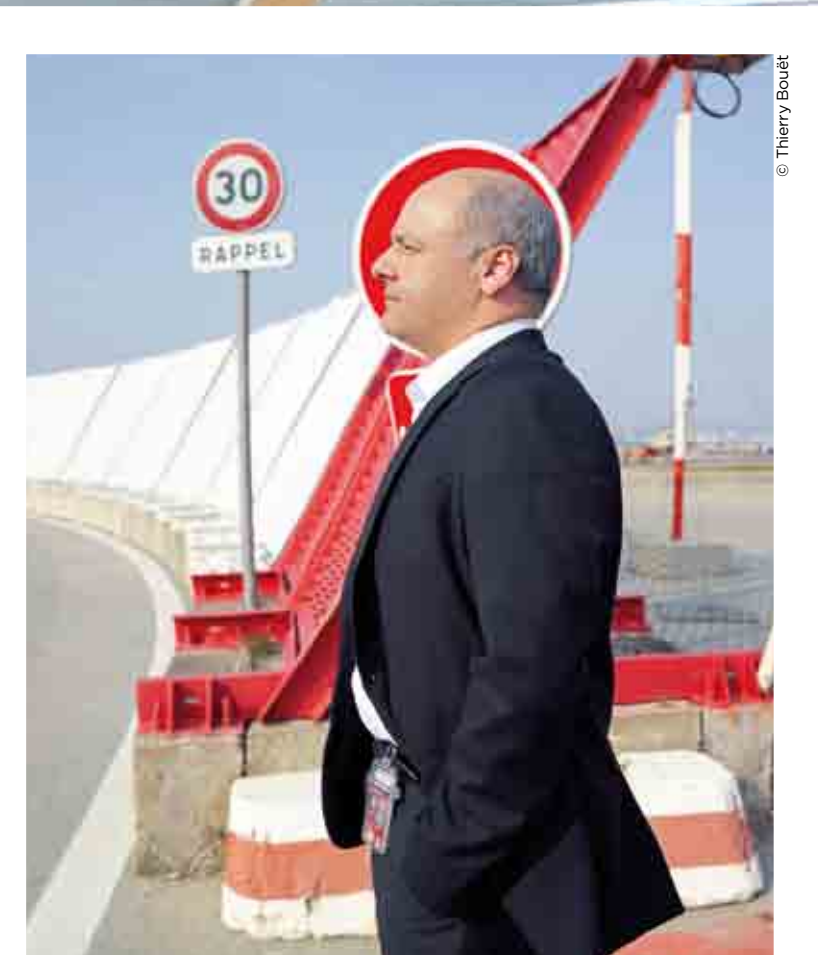


DSQUARED2



© Jérôme Kelagopian

DEVENIR NUMÉRO UN DE L'AVIATION D'AFFAIRES



© Thierry Bouët

Forging the new leader
**IN BUSINESS
 AVIATION**

When, in late 2012, Dominique Thillaud offered him the job of Director of the General Aviation Business Unit at Côte d'Azur Airports, Michel Tohane didn't take long to make up his mind. He was poised to fly off to other lands after having hung his globetrotter hat in Nice nine years earlier.

Quand Dominique Thillaud lui propose, fin 2012, la direction de l'aviation générale d'Aéroports de la Côte-d'Azur, Michel Tohane n'hésite pas longtemps. Il est sur le point de s'envoler sous d'autres cieux après avoir posé ses valises de globe-trotter à Nice, neuf ans plus tôt.

With extensive commercial experience with Sabena and Swissair, he successfully developed the airport's commercial marketing, opened 500 lines, and attracted new airlines. It's clear that this man's DNA is international – Spanish-born, now a citizen of Belgium and France. No wonder he's a specialist in air geopolitics! He thirsts to learn everything there is to know about aviation, and one needs only see him on the Nice airport runways to grasp that. He's acquainted with every millimeter of his playground and there's a passion, expressed with careful reserve, that can be sensed in his every remark. His quiet strength doesn't manage to completely conceal his desire to go further, fly higher. It's not a personal ambition, per se; it's focused on the task at hand and the challenges put before him.

Forging a new European leader in business aviation by 2018 is the goal he set when Dominique Thillaud, the Côte d'Azur Airports' new Chairman, suggested he take on management of this second business sector. But his forceful character pushes him to exacting standards: he wants objectives and the means to reach them. In fact, he speaks the same clear, straightforward language as Dominique Thillaud; there's a professional chemistry between the two

and they are absolutely on the same page. And their shared diagnosis is this: the French Riviera has considerable strengths, and their job is to take advantage of them. That starts with understanding the demands of a business aviation industry boosted by globalization and the new geopolitics of wealth. The major moneyed masses are no longer only European and American; they now come from Russia, China, Brazil. Business aircraft sales are escalating exponentially while the nature of the demand is changing. The clientele, composed primarily of entrepreneurs, lives in a ceaseless race against time, and that means the needs are changing, as well: aircraft keep getting bigger, make fewer stops, shorter stops. This also means airports have to adapt to that change and services must be very upscale, ever bearing in mind that time is money and every minute is a precious asset. "I took up my responsibilities here at a turning point, in fact" says Michel Tohane, "and that's why I have to come up with a new strategy."

CONQUERING SPIRIT

In truth, before Tohane was appointed to the position, the airport didn't have any ambitious plans in this sector. This man knows that the Côte d'Azur's drawing power remains unchanged; but to make it to the top, there's no time for sleeping on the job. First observation: Nice airport is "stuck" and cannot effectively handle market developments. Second observation: in this non-extendable, quasi-confined space, the card deck needs to be reshuffled - "we have to push out the walls," says Tohane. Thus, imagination took over and they had to play with space and time. The airport's parking aprons were redesigned to offer more space for private aircraft. There are now 80 spaces. They also improved the environmental quality of the business aviation area by installing a power-supply system for craft use during the takeoff prep phase - no more fuel fumes or idling jet engines in that 30-minute window! Change, too, in parking management. An annual subscription system was created to ensure that all subscribers have a parking space at any time. "These are customers who are willing to pay to be sure they have parking at their disposition in July and August, the airport's busiest period, along with the month of May, when there's the Monaco Grand Prix and the Cannes Film Festival. That annual reservation option means we've been able to rent spaces that weren't occupied during off-peak periods." Here, business aviation also means helicopters. As the world's leading heliport in terms of regular traffic, with 80,000 passengers, Nice is now facing the "edge-to-edge" challenge, meaning plane-helicopter connections without any time lost. Doing so would mean that airlines could, for example, sell flights from New York

«Pushing out the walls also entailed bringing in other airports»
 «Pousser les murs exigeait d'acquérir d'autres aéroports»

or L.A. to Monaco. In line with this objective, a new helicopter terminal is under construction to reduce transfer times and improve the service offer. But none of this would be enough to reach that cherished Number One spot. Pushing out the walls also entailed bringing in other airports. Already owner of the Cannes Mandelieu Airport, Nice Côte d'Azur bought the airport in Saint-Tropez in La Mole, thereby increasing its parking and services. But Michel Tohane doesn't plan to stop there. With 46,300 aircraft movements a year at its three airports, Nice is already close on the heels of Le Bourget, Europe's leader in the business sector with 46,600 movements. Other acquisitions may follow, as well as unprecedented agreements that will give rise to a global network of business airports and develop synergies with U.S. and European airports. Being the European Number One is no longer a dream for the teams of the Côte d'Azur Airports - now it's a goal within reach.

Fort d'une grande expérience commerciale acquise chez Sabena puis Swissair, il a développé avec succès le marketing commercial de l'aéroport, ouvert 500 lignes et attiré de nouvelles compagnies. L'international, il est vrai, est dans l'ADN de cet homme né espagnol, aujourd'hui citoyen belge et français. Pas étonnant qu'il soit un spécialiste de la géopolitique aérienne ! De l'aviation, il veut tout apprendre ; il suffit de le voir sur les pistes de l'aéroport de Nice. Il connaît les moindres détails de son terrain de jeu. Et une passion, toujours contrôlée, affleure dans chacun de ses propos. Sa tranquille solidité ne peut complètement dissimuler un désir d'aller loin et haut. Son ambition n'est pas personnelle, elle se concentre sur sa tâche et les défis qu'on lui propose. Porter Aéroports de la Côte d'Azur au premier rang européen dans l'aviation d'affaires à l'horizon 2018, tel est le but que lui fixe Dominique Thillaud, le nouveau président d'Aéroports de la Côte d'Azur, lorsqu'il lui offre de prendre en charge ce second cœur de métier. Mais son caractère bien trempé le pousse à l'exigence. Il veut des objectifs et des moyens. En fait, il parle le même langage clair et carré que Dominique Thillaud. Entre les deux hommes le courant passe et l'entente est totale. Ils partagent ce diagnostic : les atouts de la Riviera française sont considérables. Encore faut-il les jouer ! Et commencer par comprendre les exigences d'une aviation d'affaires boostée par la mondialisation et la nouvelle géopolitique de la richesse. Les gros bataillons de la fortune ne sont plus

simplement européens et américains, ils viennent aussi, à présent, de Russie, de Chine ou du Brésil. Les ventes d'avions d'affaires explosent et la demande, elle-même, évolue. La clientèle, faite pour l'essentiel de chefs d'entreprise, vit une course permanente contre la montre. Ses exigences, du coup, changent : les avions sont de plus en plus gros, les escales de moins en moins nombreuses et de plus en plus courtes. Cela signifie des aéroports adaptés, dans lesquels le service doit être très haut de gamme et les minutes comptées comme un bien précieux. « J'ai pris, en effet, mes fonctions à un moment charnière », confie Michel Tohane. « D'où l'obligation d'inventer une nouvelle stratégie. »

UN ESPRIT DE CONQUÊTE

En vérité, jusqu'à sa nomination, l'aéroport n'a pas de plan de conquête dans ce secteur. Michel Tohane sait que la force d'attraction de la Côte d'Azur est intacte. Mais, pour parvenir au premier rang, la belle ne doit pas s'endormir. Premier constat : l'aéroport de Nice est bloqué et ne peut affronter avec efficacité les évolutions du marché. Deuxième constat : dans cet espace non extensible, quasi confiné, il faut rebattre les cartes, « bouger les murs », dit Michel Tohane. C'est l'imagination qui prend alors le pouvoir : on joue sur l'espace et le temps. Les aires de stationnement de l'aéroport sont redessinées pour offrir plus de places aux avions privés. On compte, désormais, 80 parkings. On améliore aussi la qualité environnementale de la zone aviation d'affaires en installant un système d'alimentation électrique pour les appareils, dans la phase de préparation qui précède le décollage. Plus d'émanations de kérosène pendant cette demi-heure et plus de bruit de réacteurs au ralenti ! Evolution également dans la gestion des parkings. Un système d'abonnement annuel est mis en place afin de garantir à tous ceux qui y souscrivent qu'ils disposeront bien d'un stationnement à tout moment. « Nous avons une clientèle qui est prête à payer pour être sûre d'avoir un parking disponible en juillet et en août, période la plus chargée pour l'aéroport avec le mois de mai - au moment du Grand Prix de Formule 1 de Monaco et du Festival de



Cannes. Cet abonnement annuel nous a permis de louer des espaces qui, en période creuse, n'étaient pas occupés. » L'aviation d'affaires, ici, se conjugue avec hélicoptère. Premier héliport du monde pour le trafic régulier avec 80 000 passagers, Nice fait maintenant le pari du « bord à bord », c'est-à-dire de la connexion avion-hélicoptère sans perte de temps. Elle permettra aux compagnies de vendre, par exemple, des vols New York ou Los Angeles-Monaco. Un nouveau terminal hélico est donc en cours d'édification pour réduire les temps de transfert et améliorer la gamme des services proposés.

Mais, pour devenir numéro 1, tout ceci n'aurait pas suffi. Pousser les murs exigeait d'acquérir d'autres aéroports. Déjà propriétaire de l'aéroport de Cannes Mandelieu, Nice Côte d'Azur a racheté l'aéroport de Saint-Tropez à La Mole, augmentant ainsi son offre de parkings et de services. Michel Tohane ne compte pas pour autant en rester là. Avec 46 300 mouvements d'avions par an sur ses trois aéroports, Aéroports de la Côte d'Azur, talonne déjà Le Bourget, leader européen du secteur affaires avec 46 600 mouvements. D'autres acquisitions pourraient suivre, mais aussi des accords originaux qui donneront naissance à un réseau mondial des aéroports d'affaires et créeront des synergies avec des aéroports américains et européens. La place de numéro 1 européen n'est plus un rêve pour les équipes d'Aéroports de la Côte d'Azur, c'est un but à portée de main.



© Thierry Bouët



© Jérôme Keagopian

Новый лидер бизнес-авиации

КОГДА ДОМИНИК ТИЙО В КОНЦЕ 2012 ГОДА ПРЕДЛАГАЕТ ЕМУ РУКОВОДСТВО СЛУЖБЫ АВИАЦИИ ОБЩЕГО НАЗНАЧЕНИЯ АЭРОПОРТА НИЦЦА ЛАЗУРНЫЙ БЕРЕГ, МИШЕЛЬ ТОАН НЕ КОЛЕБЛЕТСЯ НИ МИНУТЫ. ПРОЖИВ В НИЦЦЕ 9 ЛЕТ, ОН ГОТОВ ОТПРАВИТЬСЯ В НОВОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ.

Обладая богатым профессиональным опытом, полученном в Swissair и Sabena, он с успехом развил коммерческий маркетинг аэропорта, открыл 500 новых линий и начал сотрудничество с новыми авиакомпаниями.

Международные отношения у него в крови: он родился в Испании и является сегодня гражданином Бельгии и Франции. Нет ничего удивительного в том, что он стал специалистом в геополитике воздуха! Об авиации он хочет знать всё: достаточно видеть его на своём рабочем месте в аэропорту Ниццы. Он знает здесь каждый уголок. Это увлечение слышится в каждом его слове, и его видимое спокойствие не может скрыть

желания идти дальше и выше. Но его амбиции не являются личными. Они связаны с задачами, которые перед ним ставят. Сделать аэропорты Лазурного берега первыми в Европе по обслуживанию бизнес-авиации к 2018 году - цель, которую ставит перед ним Доминик Тийо, новый генеральный директор, при передаче под его руководство этой второй специализации аэропорта. Его сильный характер делает его требовательным. Ему необходимы цели и средства для их достижения. Он столь же

прямолинеен, как и Доминик Тийо. Они на сто процентов понимают друг друга и придерживаются единого мнения: преимущества Французской Ривьеры неоспоримы. Но ими нужно уметь воспользоваться! Прежде всего, нужно понять требования бизнес-авиации, управляемой глобализацией и новой геополитикой роскоши. Состоятельные люди сегодня - не только европейцы и американцы. Они приезжают из России, Китая Бразилии. Количество продаж бизнес-джетов быстро растёт и спрос изменяется. Клиенты, по большей части руководители предприятий, живут в гонке со временем. Их нужды меняются: самолёты становятся всё больше, пересадки - менее частыми и более короткими. Из этого следуют комфортные аэропорты, в которых услуги должны быть на высшем уровне, а минуты сосчитаны, как драгоценные камни. «Я вошёл в должность в процессе этого переходного момента, - говорит Мишель Тоан, - поэтому новая стратегия была очевидностью.»

Покорение новых пространств

До его назначения, аэропорт не имел проектов развития этого сектора. Мишель Тоан верит в популярность Лазурного берега. Но чтобы стать лидером, нужно многое сделать. Его первое наблюдение: аэропорт Ниццы полон и

не соответствует современному развитию рынка. Второе наблюдение: в этом ограниченном пространстве «необходимы кардинальные перемены», - говорит Мишель Тоан. Здесь в игру вступает воображение: расположение стоянок аэропорта полностью пересмотрено, чтобы выделить больше места частным самолётам. Сегодня их - 80. Качество окружающей среды в зоне бизнес-авиации улучшено за счёт установления автономной системы питания приборов в фазе подготовки самолёта к взлёту. Таким образом, была решена проблема лишнего расхода топлива в течение этого получаса и шума двигателя на

холостом ходу! Изменился также и метод управления стоянками. Была введена система годового абонемента, гарантирующая его владельцу наличие свободного места в любой момент. «Наши клиенты готовы платить, чтобы иметь гарантированную стоянку в июле и августе, период сильной загруженности аэропорта, и в мае, во время проведения Гран-при Формулы-1 в Монако и Каннского кинофестиваля. Благодаря этому абонементу, пространства, которые пустовали в низкий сезон, теперь арендованы.» Бизнес-авиация - это ещё и вертолётные перевозки.

Ницца, первый гелипорт в мире по количеству регулярных рейсов с 79 000 пассажиров в год, ставит перед собой новую цель: обеспечить прямую связь «самолёт-вертолёт» без потери времени. Это позволит авиакомпаниям предлагать рейсы, например, Нью-Йорк или Лос-Анджелес - Монако. Уже ведётся строительство нового терминала для обслуживания вертолётных, чтобы уменьшить время трансферта и повысить уровень предлагаемых услуг. Но, чтобы стать номером 1, всего этого не достаточно. Расширить пространство значит приобрести другие аэропорты. Уже являясь владельцем аэропорта Канны-Мондэлье, аэропорт Ниццы недавно выкупил аэропорт Сен-Тропе, увеличивая таким образом количество доступных стоянок. И Мишель Тоан на этом не остановится. С интенсивностью движения (взлётов и посадок) в 46 300 в год Ницца догоняет аэропорт Париж-Ле Бурже, насчитывающий 46 600 движений. В будущем возможны не только другие приобретения, но и уникальные договорённости, которые смогут привести к созданию глобальной сети бизнес-авиации и совместной работе американских и европейских аэропортов. Занять первое место на европейском уровне уже не является мечтой для аэропортов Лазурного берега. Это для них - достижимая цель.



ZILLI



Luxury CONCIERGE SERVICES

© Rolis Royce

Appearances can be deceiving: an airport is obviously a collection of infrastructures, such as runways, terminals, parking lots, hangars, and control towers. But service - that "tangible intangible" - is becoming an increasingly essential element in the aviation realm. "Our goal," says General Aviation Business Unit Director Michel Tohane, "is to also become a service company." This means that personnel at Cannes and Saint-Tropez are practicing a new profession, what's known as "assistance," or customer support. This broad term entails providing business aviation clients all the services and advantages they expect: refueling, catering, cleaning, maintenance, but also reserving rental vehicles and hotels, private spaces for work or relaxation, meeting rooms. Everything a passenger might require needs to simply be doable...promptly. All told, there are 70 people already ensuring these very upscale concierge duties. To further hone their finesse, savoir-faire, and efficiency, staff members will undergo additional training in a luxury hospitality establishment, the Hôtel Majestic Barrière Cannes. Côte d'Azur Airports' ultimate goal is to become a major European player in this luxury assistance sector, without competing with the three companies at the airport who already provide their own services in this domain: Landmark, Swissport Executive, and Avia Partner. These partners will quickly be able to take advantage of various new facilities in the business aviation terminal. There will be improved ease of access and even greater discretion provided by gates and redesigned entrance structures. New floor planning for luxury outlets are also underway and famed caviar specialist Petrossian will shortly open a boutique here. The watchword at our airports: upmarket.

CAP SUR LA CONCIERGERIE HAUT DE GAMME

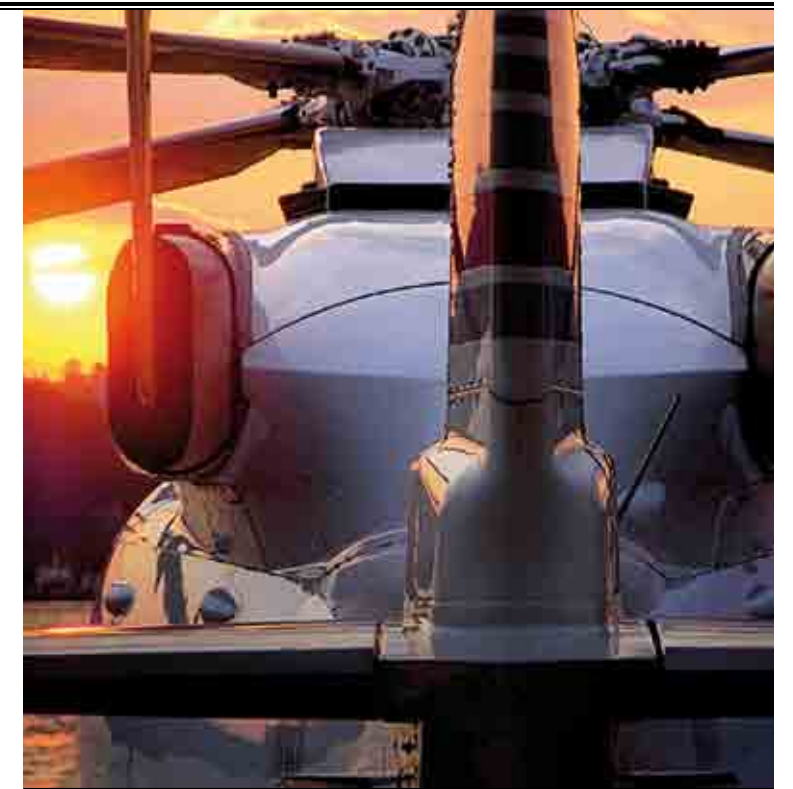
Les apparences sont trompeuses : un aéroport, ce sont évidemment des infrastructures - pistes, aérogares, parkings, hangars, tour de contrôle... Mais le service, de plus en plus, y est une activité essentielle. « Notre but », confie Michel Tohane, directeur de la Business Unit Aviation Générale, « est de devenir aussi une société de services ». Ainsi, à Cannes et à Saint-Tropez, ses équipes ajoutent une corde à leur arc : l'assistance. En clair, il s'agit d'offrir aux clients de l'aviation d'affaires la totalité des prestations qu'ils attendent : le ravitaillement en carburant, le catering, le nettoyage, la maintenance, mais également la réservation de véhicules et d'hôtels, des salons pour se détendre ou travailler, des salles de réunions... Toutes les exigences des passagers doivent pouvoir être satisfaites. Au total, 70 personnes se consacrent déjà à ces tâches de conciergerie très haut de gamme. Elles vont d'ailleurs recevoir une formation dans un palace, l'Hôtel Majestic Barrière de Cannes, afin de renforcer l'excellence de leur savoir-faire. A terme, Aéroports de la Côte d'Azur a l'ambition de devenir un acteur européen majeur dans ce secteur de l'assistance. Sans pour autant concurrencer les trois sociétés qui, sur l'aéroport de Nice même, proposent aujourd'hui leurs services : Landmark, Swissport Executive et Avia Partner. Ces partenaires vont très vite tirer profit des nouveaux aménagements du Terminal Aviation d'Affaires. L'accessibilité et la discrétion y seront améliorées grâce à des grilles et un portique d'accès repensé. De nouvelles surfaces destinées aux commerces de luxe y verront également le jour. Le célèbre spécialiste du caviar, Pétrossian, s'y installera très prochainement. Monter en gamme, tel est le mot d'ordre.

A NEW HAVEN for helicopters

The three helicopter companies that provide regular service and charters between the Nice Côte d'Azur Airport and the Monaco Heliport have made Nice the global leader in regular helicopter transportation. And this chopper travel is even more extensive when one calculates the repeated shuttle trips between at-sea yachts and land at Nice, Cannes, and Saint-Tropez. Every year, in fact, 80,000 helicopter passengers pass through the airport, all on a quest for speed and comfort. Saving time is indisputably the leitmotif of business passengers, ever operating between two worlds, two aircraft, two helicopters. To better satisfy their needs, the Nice-Côte d'Azur Airport has begun a complete overhaul of its heliport. As General Aviation Business Unit Director Michel Tohane-Nunez explains, "the goal is to directly connect helicopters and planes." To do this, a new airport zone near the sea is under development to build a "satellite," one designed to provide complete reception amenities for helicopter passengers, all of whom land here to board a plane. Traditionally, these time-tight passengers have had to pass through the commercial terminals and undergo the formalities of standard security checkpoints with all other travelers. A considerable waste of time that essentially quashes the advantage of swift helicopter travel. In the near future, these customers will arrive at the airport through the new building, able to enjoy its various business lounges, great services, and, under certain conditions, a dedicated security checkpoint that lets them directly access their aircraft or flight. These facilities are expected to generate new routes and unusual itineraries, like Los Angeles-Monaco flights or New York-Saint-Tropez travel with minimal connections.

LE SATELLITE HÉLICOS

Les trois compagnies d'hélicoptères qui offrent des liaisons régulières et charters entre l'Aéroport Nice Côte d'Azur et l'héliport de Monaco ont fait de Nice le leader mondial du transport régulier par hélicoptère. A ces mouvements, il convient d'ajouter la noria des vols entre les yachts et les terrains de Nice, Cannes et Saint-Tropez. Au total, y transitent chaque année 80 000 passagers, tous en quête de rapidité et de confort. Gagner du temps, tel est, en effet, le leitmotif des passagers d'affaires, toujours entre deux mondes, deux avions ou deux hélicos. C'est pour répondre à leur attente que l'aéroport de Nice s'est lancé dans un réaménagement complet de son heliport. « L'objectif », confie Michel Tohane,



NICE-MONACO: WORLD NUMBER ONE NUMÉRO UN MONDIAL

Roughly 80,000 passengers every year: the helicopter link between the Nice Côte d'Azur Airport and the Monaco Heliport is now the busiest in the world. The traffic is handled by three helicopter companies and passenger flow is entirely fueled by aircraft landing in Nice. Not to mention the private chopper shuttles taking off from the many yachts cruising the French Riviera to touch down at the Nice, Cannes, and Saint-Tropez airports.

80 000 passagers par an. La liaison par hélicoptère entre l'Aéroport Nice Côte d'Azur et l'héliport de Monaco est aujourd'hui la plus fréquentée du monde. Trois compagnies d'hélicoptères se partagent ce trafic alimenté à 100% par les avions qui atterrissent à Nice. A ces mouvements s'ajoutent les vols d'hélicoptères des particuliers entre les aéroports de Nice, Cannes et Saint-Tropez et les nombreux yachts qui croisent au large de la Riviera française.

directeur de la Business Unit Aviation Générale, « est de connecter de bout en bout avions et hélicoptères. » Ainsi, près de la mer, un nouvel espace est en cours d'aménagement pour édifier « un satellite » destiné à accueillir les passagers d'hélicoptères qui, à 100%, atterrissent là pour embarquer dans un avion. Jusqu'alors, ces chrono-passagers devaient rejoindre les terminaux commerciaux et souscrire aux formalités des postes d'inspection filtrage (PIF) avec tous les autres voyageurs. Une perte de temps considérable gaspillant pour partie le bénéfice de l'hélicoptère. Dans l'avenir, ils seront accueillis dans ce nouvel espace composé de salons d'affaires. Ils y disposeront de tous les services souhaités et pourront franchir un PIF spécifique leur permettant d'accéder, sous certaines conditions, directement à leur avion ou à leur vol. Cet aménagement devrait permettre d'ouvrir de nouvelles lignes et de développer des offres originales, comme des vols Los Angeles- Monaco ou New York- Saint-Tropez.

Задача №1: Высококласный консьерж-сервис

Аэропорт - это, безусловно, взлётно-посадочные полосы, терминалы, автостоянки, ангары, диспетчерская вышка... Но это ещё и сфера обслуживания, ставшая важнейшим элементом в области авиации. «Наша цель, - говорит Мишель Тоан, директор Business Unit авиации общего назначения, - стать также предприятием по обслуживанию.» Так, в Каннах и Сен-Тропе, работники аэропорта уже практикуют эту новую профессию: профессию обслуживания пассажиров. Речь идёт о предоставлении полного спектра услуг клиентам бизнес-авиации: заправки, ресторанного обслуживания, технического обслуживания, чистки, а также бронирования автомобилей и отелей, залов для отдыха и работы, конференц-залов и т.д. Все требования клиентов должны быть выполнены. В общей сложности, 60 человек уже предоставляют услуги консьерж-сервиса высокого класса. В скором времени они пройдут повышение квалификации в роскошном отеле Hôtel Majestic Barrière Cannes в Каннах для того, чтобы усовершенствовать свои навыки. Конечная цель аэропорта Ниццы - стать одним из ведущих европейских аэропортов, предлагающих услуги такого типа. Причём такое развитие не создаст конкуренции трём компаниям с аналогичным сервисом, находящимся на территории аэропорта: Landmark, Swissport и Avia Partner. Эти организации также смогут извлечь пользу из модернизированных установок бизнес-терминала. Простота доступа и конфиденциальность будут улучшены благодаря установлению решёток и портиков. Будет создано дополнительное пространство для роскошных магазинов. Знаменитый специалист по икре Петроссян откроет здесь свой новый бутик. Главное стремление нашего аэропорта: высококласный сервис.



Новый дом для вертолётов

Три вертолётные компании, осуществляющие регулярные и чартерные рейсы между аэропортом Ниццы Лазурный берег и гелипортом Монако, сделали Ниццу мировым лидером в сфере регулярных вертолётных перевозок. К этим услугам добавляются также перевозки на яхты и другие посадочные площадки в Ницце, Каннах и Сен-Тропе. В общей сложности вертолётные компании Лазурного берега перевозят 79 000 пассажиров в год. Экономия времени и комфорт очень важны для клиентов бизнес-авиации, вот почему аэропорт Ниццы начал проект глобальной перепланировки своего вертодрома. «Наша задача, - поясняет Мишель Тоан, директор службы авиации общего назначения, - наладить прямую связь между самолётами и вертолётными.» Для этого на территории аэропорта уже ведутся работы по обустройству новой зоны для принятия всех без исключения пассажиров вертолётов, которые будут приземляться здесь для прямой пересадки на самолёт. Раньше эти пассажиры вынуждены были добираться до коммерческих терминалов и следовать формальностям контрольно-пропускных пунктов (КПП) вместе с остальными пассажирами, теряя при этом часть выигранного за счёт вертолётного времени. В ближайшем будущем они будут приезжать в новую часть аэропорта, располагающую всеми видами необходимых услуг. Здесь же они смогут пройти КПП и, соблюдая определённые условия, напрямую пройти к их самолётам или рейсам. Такое решение позволит открыть новые рейсы, как, например, Лос-Анжелес - Монако или Нью-Йорк - Сен-Тропе.

Ницца - Монако, №1 в мире

Рейс «аэропорт Ниццы - гелипорт Монако» - самый посещаемый вертолётный маршрут в мире : 79 000 пассажиров в год. Перевозки осуществляются тремя вертолётными компаниями, чьими клиентами на 100% являются пассажиры, прилетающие в аэропорт Ниццы. К этим перевозкам добавляются частные перелёты из аэропортов Ниццы, Канн и Сен-Тропе на многочисленные яхты, плавающие у берегов Французской Ривьеры.



swissport EXECUTIVE AVIATION



RECOGNIZED FOR THE EXCELLENT GROUND HANDLING SERVICES IT PROVIDES TO THE INTERNATIONAL COMMUNITY OF OPERATORS AND EXECUTIVES WHO USE PRIVATE OR CORPORATE JETS, SWISSPORT EXECUTIVE AVIATION NICE, A BRANCH OF SWISSPORT INTERNATIONAL LTD. REFLECTS THE HIGHEST QUALITY WITHIN THE EXECUTIVE AVIATION SERVICES SECTOR.

The company has established a global reputation for being a valued business partner, not only because of its financial resources and modern ground support equipment, but also due to its intangible assets, particularly management expertise and a brand name that stands for high quality. Since 12 years in Nice, Swissport employs 30 multilingual staff members, expanding to 50 in summer, who form the backbone of the striving success of the company. Swissport's ongoing training and development of its staff keep their services at top level. Key to its success is the spirit of its team in striving to understand the needs of the clients and respond to those needs effectively. Team spirit is of utmost importance, as well as flexibility when dealing with various nationalities. Using its communicative and problem solving skills, Swissport can handle on-the-spot demands. The goal is to make arrivals, stopovers and departure as convenient and smooth as possible for passengers and crew, providing a customized spectrum of aircraft care services. The mission of the international company to provide the

aviation industry with consistent and bespoke solutions around the globe for better customer experience, remains the leitmotif of its Nice based branch. Its exclusive handling of private jets results in over 12,000 transfers per year. With their eyes on the client, Swissport Executive Aviation Nice lives the three P's (people, professionalism, and partnership) of Swissport International Ltd. Swissport Executive Aviation is a global network with fixed based operators strategically positioned around the world.

swissport 
executive aviation

Swissport Executive Aviation
Terminal Aviation d'Affaires - Aéroport de Nice
Phone: +33 (0)4 932 158 12
nce.operations@swissportexecutive.com
rebecca.durrer-bolle@swissportexecutive.com
www.swissport-executive.com

DE NICE À MONACO, PAR LA VOIE DES AIRS

Nice to Monaco BY AIR



He leads a cosmopolitan Principality that is open to the entire world. A moment with HSH Prince Albert II of Monaco, a 21st-century sovereign, as he discusses the role of air transportation in globalization and the ties between Monaco and Côte d'Azur Airports.

Il dirige une Principauté cosmopolite très ouverte sur le monde. Rencontre avec SAS le Prince Albert II de Monaco, souverain du XXI^{ème} siècle qui revient le rôle du transport aérien dans la mondialisation et sur les liens unissant Monaco et Aéroports de la Côte d'Azur.

Economically speaking, what does the Nice Côte d'Azur Airport mean to the Principality of Monaco?

HSH Prince Albert II of Monaco: The airport is of considerable importance for the Principality, as we have about 30,000 residents of more than 120 nationalities who frequently have to travel for work or family reasons. The fact that it's so close to Monaco is a great asset to our economy and our tourism, whether business or private, and the major international events we hold each year.

Of the more than six million passengers who land in Nice every year, nearly 10% are coming to Monaco. The airport is a major element in the Principality's overall appeal.

What are your thoughts about the major renovation and development efforts that the Nice Côte d'Azur Airport is now focused on?

These projects are necessary, as the passenger traffic is increasing and the airport has the objective of satisfying all travelers as best it can. More space, improved traffic flow, and greater comfort can undoubtedly only help in that mission of client satisfaction and loyalty. This ambitious development plan will mean that this airport - which is an essential platform for an ever-increasing number of destinations - can demonstrate true excellence in providing services for the PACA region.

Globalization has truly transformed the realm of air travel. The expansion of business aviation is a phenomenon that now has an impact on every country. Many foreign nationals pass through the Nice Côte d'Azur Airport, which is already Europe's second-ranked airport for business aviation. For the Principality, what strategic conclusions do you draw from that, and what are your expectations?

Business aviation is on an accelerated growth curve. And it's true that more and more entrepreneurs and people with significant purchasing power are opting for this mode of transport, because the time flexibility is a real asset. There's no denying that this means significant amounts of time saved and a comfortable working environment, as well. Strategically, it's clear that these customers would

«My plane is an indispensable work tool»

«Mon avion est un outil de travail indispensable»



benefit from improved, facilitated access to this kind of service. This is a clientele that we're clearly seeking to draw to the Principality, but let's remember that they also have a major presence along the entire Riviera. It's in our common interest to modernize business aviation reception and support infrastructures.

Between Nice and Monaco, the easiest and fastest connection seems to be the helicopter. The Principality itself is home to one of the three companies that handle this link. The Nice Côte d'Azur airport will be improving reception and transfer of passengers between aircraft and helicopters. For example, in the near future, one might be able to buy tickets to travel by air from New York to Monaco. Do you think this opens new horizons for the Principality? And how do you expect to take advantage of this new development?

Helicopter companies in Monaco are seeing great commercial success given the frequent flights they offer and their competitive pricing. Presenting Monaco as a destination that can be easily and directly accessed would naturally be very beneficial in increasing visitation to our country. A wider range of personalized services would be an added advantage, too, in improving hospitality conditions for our visitors.

You have a business aircraft yourself and a hangar at the Nice airport. Why do you prefer this form of travel and what interest does it serve for the Principality?

Being a head of state, my plane is an indispensable work tool because it allows me to make official visits worldwide when I'm called upon to do so. And then I also attend ma-

for conferences held by international organizations like the UN, the IOC, and visit the many sites where Monaco's Department of International Cooperation finances projects -120 of them in 27 partner countries - as I recently did in Haiti and Morocco. As for the hangar, it was built to adapt to the expansion work being done at the airport, and it's made with recyclable materials that have optimal environmental performance

Sur le plan économique, que représente pour la Principauté de Monaco l'Aéroport Nice Côte d'Azur ?

SAS le Prince Albert II de Monaco : Cet aéroport revêt une importance considérable pour la Principauté qui compte environ trente mille résidents issus de plus de 120 nationalités amenés à se déplacer fréquemment pour des raisons professionnelles ou familiales. Sa proximité avec Monaco est un atout précieux pour notre économie, notre tourisme qu'il soit d'affaires ou privé et les grands rendez-vous internationaux annuels. Sur les plus de six millions de passagers qui y atterrissent chaque année, près de 10% ont pour destination Monaco. L'aéroport constitue un important élément d'attractivité de la Principauté.

Que pensez-vous des gros efforts de rénovation et de développement qu'entreprend l'Aéroport Nice Côte d'Azur ?

Ces efforts sont nécessaires compte tenu du développement de l'affluence que connaît l'aéroport qui a l'ambition de satisfaire au mieux tous les voyageurs. Plus d'espace, de fluidité et de confort ne pourront que garantir la satisfaction des clients et leur fidélisation. Ce développement ambitieux permettra à cet aéroport, plateforme incontournable pour des destinations toujours plus nombreuses, de montrer l'excellence, en matière d'offre de services, que vise la région PACA.

La mondialisation a modifié la donne dans le monde du transport aérien. Le développement de l'aviation d'affaires est un phénomène qui touche à présent tous les pays. De nombreux ressortissants étrangers fréquentent l'Aéroport Nice Côte d'Azur, d'ores et déjà deuxième aéroport européen pour l'aviation d'affaires. Quelles conclusions stratégiques en tirez-vous pour la Principauté et quelles sont vos attentes en ce domaine ?

L'aviation d'affaires se développe fortement. Il est vrai que de plus en plus de chefs d'entreprises et de personnes à fort pouvoir d'achat optent pour ce mode de transport dont la flexibilité d'horaires présente un réel intérêt. Il se traduit par un gain de temps incalculable et il offre un cadre de travail confortable. Stratégiquement, il est certain qu'il faut faciliter l'accès à cette dernière. C'est une clientèle que nous cherchons bien évidemment à attirer en Principauté mais qui, ne l'oublions pas, est très présente sur toute la Riviera. Nous avons des intérêts communs pour la modernisation des infrastructures d'accueil de l'aviation d'affaires.



Photo © Tous droits réservés - Palais Princier de Monaco

Entre Nice et Monaco, la liaison la plus simple et la plus rapide semble être l'hélicoptère. La Principauté possède, elle-même, une des trois compagnies qui effectuent cette liaison. L'Aéroport Nice Côte d'Azur va améliorer l'accueil et le transfert des passagers entre avion et hélicoptère. On pourra ainsi, dans un proche avenir, acheter des billets, par exemple, New York - Monaco. Pensez-vous que cela offre de nouveaux horizons à la Principauté ? Et comment pensez-vous exploiter ce nouvel atout ?

Les compagnies d'hélicoptères à Monaco enregistrent un vif succès commercial compte tenu des fréquences de vols qu'elles proposent et de leurs tarifs concurrentiels. Faire apparaître Monaco comme une destination avec un accès direct et simple ne peut être que bénéfique pour la fréquentation de notre pays. Une offre plus large de services personnalisés constitue un atout supplémentaire pour l'amélioration des conditions d'accueil de nos visiteurs.

Vous disposez vous-même d'un avion d'affaires et d'un hangar de stationnement sur l'aéroport de Nice. Pourquoi avez-vous privilégié ce moyen de déplacement et quel intérêt en retirez-vous pour la Principauté ?

En tant que Chef d'Etat, mon avion est un outil de travail indispensable car il me permet d'effectuer les visites officielles que je suis amené à faire à travers le monde. A ces déplacements s'ajoutent mes participations aux grandes conférences d'organisations internationales telles que l'ONU, le CIO ou encore les visites des nombreux sites où la Direction de la Coopération Internationale finance des projets -120 dans 27 pays partenaires- comme récemment en Haïti ou au Maroc. Quant au hangar, qui a été construit en raison des travaux d'agrandissement de l'aéroport, il a été assemblé avec des matériaux recyclables dotés des meilleures performances environnementales.

Из Ниццы в Монако по воздуху



Photo © Tous droits réservés - Palais Princier de Monaco

ОН УПРАВЛЯЕТ КОСМОПОЛИТНЫМ КНЯЖЕСТВОМ, ОТКРЫТЫМ ВСЕМУ МИРУ. БЕСЕДА С КНЯЗЕМ МОНАКО АЛЬБЕРТОМ II, МОНАРХОМ XXI ВЕКА, О РОЛИ ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА В ПРОЦЕССЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И О СОТРУДНИЧЕСТВЕ МОНАКО С АЭРОПОРТАМИ ЛАЗУРНОГО БЕРЕГА.

С точки зрения экономики, что представляет для Монако аэропорт Ницца Лазурный берег?

Этот аэропорт играет важную роль для Княжества, насчитывающего около тридцати тысяч жителей более 120 национальностей, часто путешествующих по делам или семейным обстоятельствам. Его близость к Монако является большим преимуществом для нашей экономики, туризма, будь он деловым или частным, и ежегодных международных встреч.

Более трёх миллионов пассажиров прилетают в этот аэропорт каждый год, почти 10% из них едут в Монако. Он является важным элементом в престиже Княжества.

Каково Ваше мнение о постоянном развитии и модернизации аэропорта Ниццы?

Такое развитие необходимо, принимая во внимание постоянно растущее количество путешественников и стремление аэропорта обеспечить наилучший сервис. Большие пространства, хорошая проходимость и максимальный комфорт гарантируют расположенность клиентов и их верность. Благодаря этому амбициозному плану развития, аэропорт, уже являющийся важной стратегической точкой для всё больших направлений, сможет усовершенствовать предлагаемые услуги для всего региона Прованс-Альпы-Лазурный Берег.

Глобализация радикально изменила сферу авиации. Деловая авиация активно развивается сегодня во всех странах мира. Иностранцы граждане очень часто пользуются услугами аэропорта Ниццы, второго аэропорта в Европе, имеющего такой сервис. Какое значение это явление имеет для Княжества и каковы Ваши ожидания в этой области?

Сфера бизнес-авиации сегодня очень активна. Всё больше и больше деловых и состоятельных людей выбирают этот вид транспорта, в том числе из-за его гибкого графика. Это - ещё и выгодная экономика времени и комфортные условия для работы. Здесь, стратегически важным решением является облегчить доступ для этих клиентов, которым мы, безусловно, всегда рады в Княжестве, но

которые также многочисленны на всём Лазурном берегу. Модернизация инфраструктур деловой авиации - это наша общая цель.

Самым простым и быстрым транспортным средством для перелёта из Ниццы в Монако является вертолёт. Одна из трёх компаний, осуществляющих такие перевозки, находится в Княжестве. В скором будущем аэропорт Ниццы улучшит услугу приёма и перевозки пассажиров с самолёта на вертолёт. Благодаря этому клиенты смогут приобрести билет, например, Нью-Йорк - Монако. По Вашему мнению, что такое предложение изменит для Княжества? Как Вы намерены использовать эту новую возможность? Вертолётные компании в Монако имеют огромный коммерческий успех благодаря их частым рейсам и конкурентоспособным ценам. Обозначить Монако как назначение с прямым и быстрым доступом - это большой плюс для увеличения посещаемости нашей страны. Более широкий спектр персонализированных услуг является дополнительным преимуществом в улучшении условий приёма наших гостей.

Вы являетесь владельцем бизнес-джета и ангара в аэропорту Ниццы. Почему Вы выбрали это средство передвижения и каковы его преимущества для Княжества?

Для главы государства самолёт является незаменимым средством передвижения, позволяющим присутствовать на деловых встречах по всему миру. К таким поездкам добавляется участие в крупных конференциях международных организаций, как ООН и МОК, а также посещение различных мест, где Управление международного сотрудничества Монако финансирует проекты (120 из них - в 27 странах-партнёрах), как, например, Гаити и Марокко. Что же касается ангара, он был построен во время расширения аэропорта из перерабатываемых материалов, имеющих оптимальные экологические показатели.



Ermenegildo Zegna
COUTURE



Special REVIEW



Dominique Desseigne BUSINESS, BEACHES, AND BLUES

When you think of the Côte d'Azur, what colors come to mind?

Dominique Desseigne. Blue. And white. The blue of the sky in Cannes, and of the sea, too. And white. The sand on the Hôtel Majestic Barrière beach. And white for that hotel's striking facade. I can't talk about Cannes and the French Riviera without mentioning the Majestic Barrière and the Gray d'Albion. But Cannes is more than just a destination. The city's Croisette is a desire in and of itself, full of surprises. In the way it looks stretched out in front of those elegant boutiques, in its glamorous history with the cinematic world, it has created more than one Côte d'Azur. It's a mysterious source of calm and well-being, and a place of fortuitous encounters and innovation.

In your view, in what way is the spirit of Cannes and the Côte d'Azur modern and innovative?

It's the openness. The curiosity. The appreciation of the time invested in achieving something. It's both a foundation and wings to fly. The international Cannes Film Festival - which the Group I chair is proud to support as a partner - returns each year to tell the story of the world's movies. The first feature films to win awards back in 1947 were in black and white. And then the impact of Technicolor™ changed the way movies were made. Later on, the DVD came onto the scene. And then downloading, and that completely changed the game yet again. That's how it is! Keeping pace with the times without losing that which makes you what you are - that's what Cannes and the French Riviera have always been able to do. And the proof can be seen in the major professional, institutional, even historic events of a global scale that come here, covered by media worldwide, like the

city hosting the G20 in 2011. These moments in the limelight aren't just the result of a simple tourism strategy: They're the tangible, decisive demonstration of savoir-faire. And I like that. This ambiance isn't merely the stage for such energy; it's the star of the show.

D'AZUR ET D'AFFAIRES

Si vous deviez mettre en couleurs la Côte d'Azur ?

Dominique Desseigne. En bleu. Et blanc. Le bleu du ciel, celui de Cannes, et de la mer aussi. Plus : le blanc. Celui du sable de la plage de l'Hôtel Majestic Barrière. Blanche aussi la remarquable façade de l'Hôtel. Je ne peux pas parler de Cannes et de la Côte d'Azur sans évoquer le Majestic Barrière et le Gray d'Albion. Mais Cannes n'est pas seulement une destination. Sa Croisette est une envie, riche de surprises. Dans son apparence, devant ses élégantes boutiques, au fil de son histoire glamour avec le cinéma, elle a inventé plus qu'un «coin de Côte d'Azur». Elle sait être un mystère de calme et de bien-être en même temps qu'un lieu de rencontres et d'innovations.

Qu'y a-t-il d'innovant et de moderne dans l'esprit de Cannes et de la Côte d'Azur ?

L'ouverture. La curiosité. L'appréciation du temps passé à réaliser quelque chose. C'est un socle et des ailes. Le Festival international de Cannes, dont le Groupe que je préside est fier d'être le partenaire, revient chaque année raconter l'histoire des films du monde. Les premiers longs métrages récompensés à partir de 1947 étaient en noir et blanc. Et puis l'impact du Technicolor a changé la façon de faire du cinéma. Plus tard, le DVD a fait son apparition. Et puis le téléchargement a, une fois encore, bouleversé la donne. Eh, bien ! S'adapter sans perdre ce qui fait qu'on reste soi : c'est ce que Cannes et la Côte d'Azur ont su et savent encore faire. La preuve ? Des rendez-vous professionnels mondiaux, prestigieux, médiatiques ou institutionnels - voire historiques - comme l'accueil du G 20 en 2011. Ces coups de projecteur ne sont pas le résultat d'une seule stratégie touristique. Ils sont la preuve, la démonstration et la détermination d'un savoir faire. Et j'aime cela. Cette atmosphère ne met pas en scène une énergie : elle en est l'attraction.



Reed Midem THE RED-CARPET TRADE

Set up a major exhibit? Organize a trade show? For Reed Midem, that's "no sweat." And the company proves it with five major Cannes events each year. Company boss Paul Zilk tells us how it's done.

Organiser des salons d'envergure, Reed Midem sait faire. La preuve avec cinq des grands rendez-vous annuel cannois. Paul Zilk, le « boss » fait le point sur une réussite.



DES SALONS TAPIS ROUGE

Les mille feux de Cannes et le tapis rouge du Palais des festivals ne sont pas réservés aux stars du cinéma. Tous les ans, sur la Croisette, convergent de 139 pays plus de 60 000 professionnels de la télévision, de la musique et de l'immobilier, suivis par une cohorte de 1 635 journalistes. MIPIM, MIDEM, MIPCOM, MIPTV, MIPDOC - these five trade shows overseen by Reed Midem long ago rocketed Cannes to the forefront of event-hosting cities. It's a story of sweet success that began in 1965 and which Paul Zilk, the American head of Reed Midem for the past 13 years, plans to take further still. The secret behind this entrepreneurial accomplishment is both the company's heavyweight expertise and a matchless setting: "The location is just ideal, with the Palais, the upscale hotels, and first-rate transportation." In his eyes, the airport is a key cog in this well-oiled machine, playing an essential role: "The first and last impression our customers have of this region is the airport. It's very important, especially since many of them opt for business aviation and helicopter resources. So we work very closely with Dominique Thillaud and his teams." A winning partnership.

« Le lieu est idéal avec le Palais, les hôtels haut de gamme et des transports de qualité. » Dans cette logistique parfaitement huilée, l'aéroport tient, à ses yeux, un rôle essentiel : « La première et la dernière impression qu'ont nos clients de la région, c'est l'aéroport. C'est très important, d'autant que nombre d'entre eux utilisent l'aviation d'affaires et l'hélicoptère. Nous travaillons donc en étroite collaboration avec Dominique Thillaud et ses équipes. » Un partenariat gagnant.

Why choose between happiness and business ?

Set up your company on the Côte d'Azur

Contact



TEAM
CÔTE
D'AZUR

▶ www.investincotedazur.com
▶ +33 (0)4 92 17 51 51

- Qualified economic information
- Government grants engineering
- Personalized human resources services
- Advice and research of business locations
- Go-between with the Côte d'Azur business community (clusters, partners, universities...)



A joint initiative

SUCCESS stories

The Côte d'Azur is a fertile land where businesses put down roots and thrive. Here's a closer look at two of them.

La Côte d'Azur est une terre fertile où les entreprises prospèrent. Zoom sur deux d'entre elles.

JEAN-YVES COURTOIS: OROLIA

He worked with Physics Nobel Prize winner Claude Cohen-Tannoudji before founding Orolia. Interview with Jean-Yves Courtois.

Il a travaillé auprès du Prix Nobel de Physique Claude Cohen-Tannoudji avant de créer Orolia. Rencontre avec Jean-Yves Courtois.

"I go through the airport at least 40 times a year!" Jean-Yves Courtois, 46, is a graduate of the École Polytechnique and founded Orolia in 2006. The group, which specializes in aerospace, defense, and communications, has made numerous acquisitions over the past eight years and established itself as the world's Number Two in exact time and geolocation via distress beacons. The 2013 sales turnover: €72.6 million. "We've seen 40% growth each year, 30 by acquisition." Sophia-Antipolis serves as the cockpit for the 340-employee company, a quarter of the staff being near Lorient in northwestern France. "We needed to be near an airport with worldwide service, because we're a company that was 'born global.' When your playing field is the entire planet, you travel. Which makes coming back to the French Riviera all the more enjoyable."

« L'aéroport, j'y passe au moins 40 fois par an ! » Polytechnicien, Jean-Yves Courtois, 46 ans, crée Orolia en 2006. Spécialisé dans le spatial, la défense et les communications, le groupe, en 8 ans, a multiplié les acquisitions, et s'est imposé comme le n° 2 mondial du temps ultra-précis et de la géolocalisation via les balises de détresse. CA en 2013 : 72,6 M€. « Nous avons fait 40% de croissance par an dont 30 par acquisition ». Sophia-Antipolis est le poste de pilotage de cette entreprise de 340 salariés dont un quart près de Lorient. Nous avons

besoin d'être proche d'un aéroport desservant le monde entier car nous sommes une boîte « born global ». Quand votre terrain de jeu est la planète, vous voyagez. Ce qui rend les retours sur la Côte d'Azur d'autant plus agréables »



ÉRIC MARÉE : VIRBAC

Spotlight on Virbac with Eric Marée, Chairman of the UNICE (Nice-Sophia-Antipolis University) Foundation.

Avec Eric Marée, président de la Fondation de l'Université Nice-Sophia-Antipolis, plein feu sur Virbac.

It's one of the leading companies on the Côte d'Azur. In 40 years, Virbac has become the world's eighth-largest veterinary laboratory site, with sales turnover of €736 million. In Carros, just northeast of Nice, 1,000 people work in R&D and pet-vaccine production for the European market. Veterinarian Pierre-Richard Dick is the man who launched this venture and Eric Marée, formerly with French chemical and pharmaceutical company Rhône-Poulenc, has been managing the company for 15 years. He knows that the airport is one of Virbac's springboards to success: "We wouldn't be what we are today without it. For us, the choice of airlines and destinations is simply indispensable and we have every interest in seeing it expand."

C'est l'une des entreprises phare de la Côte d'Azur. En 40 ans, Virbac s'est imposée au 8ème rang mondial des laboratoires vétérinaires avec 736 M€ de CA. A Carros, 1 000 personnes travaillent dans la recherche et le développement, et la production de vaccins pour les animaux de compagnie destinés à l'Europe. Pierre-Richard Dick, vétérinaire, est à l'origine de cette aventure. Quant à Eric Marée, ancien de Rhône-Poulenc, il dirige la société depuis 15 ans et sait que l'aéroport est l'un des ressorts du succès de Virbac : « Nous ne serions pas ce que nous sommes sans lui. Le choix des compagnies et des destinations reste indispensable pour nous et nous avons tout intérêt à le voir se développer. »



Встречи на красных дорожках

Организовать важную выставку? Для Reed Midem - нет ничего проще. Доказательством тому являются пять ежегодных крупнейших международных встреч в Каннах. Поль Зилк, владелец компании,

раскрывает секреты успеха.

Яркие огни Канн и красная ковровая дорожка Дворца фестивалей не принадлежат одним кинозвездам. Каждый год на набережной Круазетт встречаются 139 стран, более 60 000 профессионалов телевидения, сферы недвижимости и музыкантов, сопровождаемых 1635 журналистами. MIPIM, MIDEM, MIPCOM, MIPTV, MIPDOC - пять крупнейших выставок, организованных Reed Midem, делают Канн одним из крупнейших городов-организаторов. Поль Зилк, директор американской компании Reed Midem в течении последних 13 лет, успешно продолжает историю, начавшуюся в 1965 г. Такой успех, безусловно, - результат профессионализма, но на него также влияет это исключительное место: «Это место идеально - здесь есть Дворец, роскошные отели и качественное транспортное обслуживание.» В этой безукоризненной логистике аэропорт, по его мнению, играет важную роль: «Первое и последнее впечатление наших клиентов от региона - это аэропорт. Он очень важен, тем более, что многие клиенты пользуются услугами деловой авиации и вертолёта. Вот почему мы тесно сотрудничаем с Домиником Тийо и его коллективом.» Это взаимовыгодное партнёрство.

Жан-Ив Куртуа : Orolia

До создания компании Orolia, он работал с Клодом Коэн-Таннуджи, обладателем Нобелевской премии. Встреча с Жан-Ивом Куртуа.

«В аэропорте я бываю как минимум 40 раз в год!» Жан-Ив Куртуа, выпускник политехнической школы, 46 лет, создал компанию Orolia в 2006 году. За 8 лет организация, специализирующаяся в аэрокосмической сфере, сферах безопасности и коммуникаций, осуществила многочисленные приобретения и стала второй в мире по геолокализации с помощью радиомаяков. Оборот за 2013 г.: 72,6 млн €. «Мы зарегистрировали 40% роста в год, в том числе 30 за приобретение.» София-Антиполис является коклитом этого предприятия, насчитывающего 340 сотрудников, четверть из которых находятся недалеко от г. Лорьян. «В Софии-Антиполисе нас 12, - уточняет Жан-Ив. - Нам необходимо быть вблизи от международного аэропорта, т.к. мы - организация «born global». И поскольку нашим полем деятельности является вся планета, мы часто путешествуем, что делает наши возвращения на Лазурный берег ещё более приятными.»



Деловой Лазурный берег

Лазурный берег во всех его обликах. Кто знает его лучше, чем Доминик Дессень, Генеральный директор Groupe Lucien Barrière и президент Société fermière du casino municipal de Cannes.

Какие цвета, что по-Вашему, олицетворяют Лазурный берег?

Доминик Дессень. Синий и белый. Синий, как цвет неба в Каннах, и цвет моря. Белый, как цвет песка на пляже Отеля Hôtel Majestic Barrière. Белый, как неповторимый фасад отеля. Я не могу говорить о Каннах и Лазурном берегу, не упоминая отели Majestic Barrière и Gray d'Albion. Канн - это не просто город на Лазурном берегу. Его бульвар Круазетт - это идиллия, полная сюрпризов. В его облике, элегантных бутиках и гламурной историей кино, есть что-то большее. Он умеет быть загадочно спокойным и, в то же время, местом встреч и инноваций.

Что инновационного и современного Вы находите в Каннах и Лазурном берегу?

Открытость. Любопытство. Умение ценить время, потраченное на реализацию чего-либо. Группа, которую я возглавляю, гордится своим партнёрством с Международным Каннским кинофестивалем. Каждый год он возвращается сюда, чтобы рассказать историю мирового кино. Первые полнометражные фильмы, выпускавшиеся с 1947 года, были чёрно-белыми. Затем технология Техникolor изменила способ их создания. Затем появились DVD, а после возможность скачивания, полностью изменившая ситуацию. Канн и Лазурный берег смогли адаптироваться и не потерять свою индивидуальность. Доказательством тому являются проходящие здесь международные встречи, престижные, профессиональные и даже исторические, как G20 в 2011. Эта популярность - результат не только туристической стратегии. Это - проявление и доказательство опыта и профессионализма. Такая атмосфера не инсценирует энергию, она её притягивает. И мне это нравится.

Эрик Марэ : Virbac

Эрик Марэ, президент Фонда Университета Ниццы - Софии Антиполис, рассказывает о компании Virbac. Это - одна из ведущих компаний Лазурного берега. За 40 лет, Virbac заняла 8-е место в мире среди ветеринарных лабораторий с оборотом 736 млн €. В г. Карро 1000 человек работают над исследованием, разработкой и производством вакцин для домашних животных, продаваемых в Европе. Основателем этого предприятия был ветеринар Пьер-Ришар Дик. Эрик Марэ, ранее работавший в компании Rhône-Poulenc, управляет лабораторией уже на протяжении 15 лет. Он убеждён, что аэропорт - один из ключей к успеху для Virbac: «Без него мы бы не были теми, кто мы есть на сегодняшний день. Для нас необходимо иметь выбор авиакомпаний и направлений, и мы единогласно



The image applied to the substantial volume of an airplane is like a second skin coating the fuselage. Here, the Bombardier Global 5000.

« L'image appliquée à un volume tel qu'un avion est comme une seconde peau venant napper le fuselage. » Ici, le Bombardier Global 5000.



Photo © Sébastien Ognier

DESIGN

DESIGN DE HAUT VOL

Lofty DESIGNS

For the past few years, following a trend begun in the yachting world, airplane and helicopter owners have been ordering colorful, custom paint jobs for their aircraft. When you buy your own form of air travel, it can't be just any model and certainly not the same as the next guy's.

Depuis plusieurs années, les avions et les hélicoptères se parent de couleurs en suivant de près une tendance initiée par le yachting. S'offrir un aéronef, oui, mais pas n'importe lequel et surtout pas le même que celui du voisin.

though yachts have found their place in the realm of decorative freedom, aircraft art is not yet a fully accepted practice for owners, whose transportation is often tied to their business. Will there come a day when we see a private jet with eye-popping paint like Roberto Cavalli's Baglietto or, more extravagant still, the Heesen Aurelia wearing the colors of the legendary Gulf Racing Porsche 917 driven by Steve McQueen in the movie Le Mans? It seems today's exterior designers are now being asked by high-flying travelers to rise to this new challenge.



Didier Wolff

Photo © Sébastien Ognier

DESIGN

Whether it's top-end cars or private planes, the challenge is the same: a one-of-a-kind design. Below, the Bombardier Brabus Black Diamond Edition. Opposite, the Bombardier Global 5000. Voiture très haut de gamme et avion privé, même combat : un design exclusif. Ci-dessous le Bombardier Brabus Black Diamond Edition. Ci-contre, le Bombardier Global 5000.



«An aircraft lets me work on a grander scale and, most importantly, in 3D»
 «L'avion me permet de travailler en trois dimensions.»
Didier Wolff

Among those whose services are in serious demand is Didier Wolff, a graduate of Strasbourg's École Supérieure des Arts Décoratifs and founder of Happy Design Studio. He has swiftly made a name for himself in the aeronautics world through a unique vision that reconciles art and aviation.

Why did you choose aviation as an expressive outlet?

Didier Wolff: After my studies in Strasbourg and some experience in other fields, I just wasn't fulfilled. An aircraft lets me work on a grander scale and, most importantly, in 3D, because it's rarely perceived as a whole entity. A plane is a very different medium, and different in the air from when it's on the ground.

How do you handle the projects you're commissioned to do?

It's a combination of the owner's desires, my perception of the owner's personality, and my imagination. Most of my work lies in combining these elements, and there's generally very little retouching done when I present the final plans.

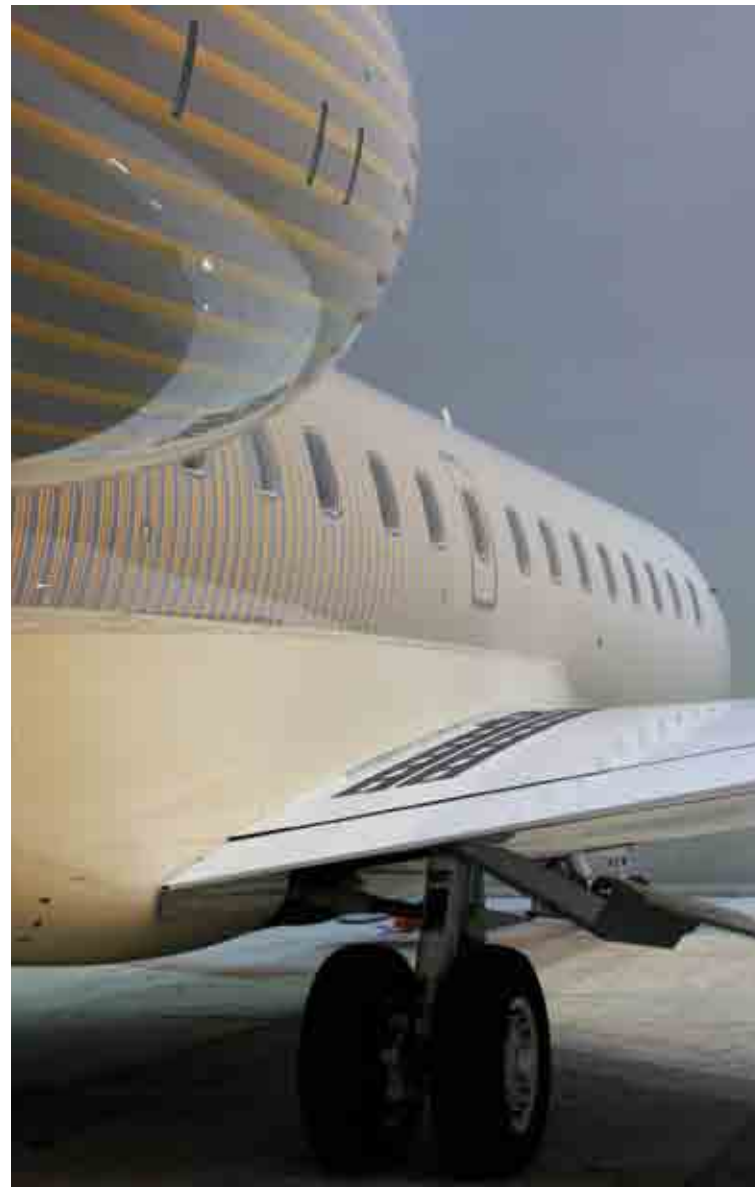


Photo © Happy Design Studio

What were your first ventures?

I had the good fortune to win the design competition for the Morane Saulnier centennial and created the décor for the Daher Socata TBM 850. It was a fantastic opportunity that opened other doors for me, like working with Olivier Dassault for the exterior design of his Falcon 10.

Do you work exclusively on exteriors?

Yes, though I respect any work done by interior designers. I prefer working on this magnificent, poetic, flying sculpture that can soar from continent to continent.

Are you limited in your creativity?

No - no colors are considered off-limits, I just need to respect the contrast required to visually identify the doors and technical markings, and I personally oversee that work during the entire paint-application phase. Having no limits means I can give free rein to my imagination while earning my clients' trust, so I can lead them through to the full expression of my plans.

DESIGN



Design is in the air and on the entire fleet, from jets to helicopters. The imagination of Happy Design knows no bounds.

Design is in the air... et toute la flotte en profite, avions et hélicoptères. Pour Happy Design, l'imagination ne connaît pas de frontière.

This trust has been rewarding for you with many different clients, hasn't it?

Certainly, and I'm particularly proud and pleased about that, because it means my creativity isn't stifled. I'm just as happy working on a fighter like the Nato Tiger Mirage as I am on more recent projects, like the Emirates Evolution Airbus A380 project. Happy Design also just did the Maximus Air Airbus A300-600 and the Bombardier Global Express 5000.

Tell us about your unusual experience with the Bombardier Global 5000.

It was a powerful experience that triggered every kind of emotion, because I had the chance to see a concept through to the end and express Happy Design's full creative potential. It all started with a simple phone conversation with the owner and an unforgettable meeting. For this project, we interpreted the color codes of one of his personal belongings. The concept DNA developed for this Bombardier entailed extrapolation and creating surprise, while also creating a design that still captured the intimate dimension of the original object. The experience was all the more powerful because barely three weeks went by between that call and starting the actual work. Three intense weeks during which the team joined forces to make this project a reality.

Does that generate recognition for you from the entire trade?

There again, it's all good, because the rewards from the industry are the icing on the cake and I share that with my entire team.

Si le yacht s'exprime sur le terrain de la liberté de création, ce n'est pas encore totalement dans les mœurs des propriétaires d'avion dont l'utilisation reste très souvent liée à leur activité professionnelle. Va-t-on voir un jour un avion privé avec une peinture flip flop comme celle du Baglietto de Roberto Cavalli, ou, plus extravagant encore, comme celle du Heesen Aurelia peint aux couleurs de la mythique Porsche 917 du Gulf Racing conduite par Steve

McQueen dans le film Le Mans ? C'est le pari que doivent relever les designers auxquels font appel ces nouveaux voyageurs.

Parmi eux, Didier Wolff, diplômé de l'École d'Art Déco de Strasbourg et fondateur d'Happy Design Studio ; il s'est rapidement fait un nom dans le monde de l'aéronautique par sa conception unique de concilier art et aviation.

Pourquoi avoir choisi l'aéronautique comme moyen d'expression ?

Didier Wolff : Après mes études à Strasbourg et quelques expériences dans d'autres domaines, je n'étais pas comblé. L'avion me permet de travailler en grand et surtout en trois dimensions car on ne le perçoit que rarement dans sa globalité. Un avion est très différent qu'il soit en vol ou au sol.

Comment traitez-vous les projets qui vous sont demandés ?

C'est un mix entre les envies du propriétaire, ma perception de sa personnalité et mon imaginaire. L'essentiel de mon travail réside dans ce mix et, généralement, il n'y a que très peu de retouches lorsque je présente le projet définitif.



Photo © Sébastien Ognier

DESIGN



The Emirates Evolution Airbus A380
L'Airbus A380 Evolution d'Emirates

Quels ont été vos premiers projets ?

J'ai eu la chance de remporter le concours de design pour les 100 ans de Morane Saulnier en créant la décoration du TBM 850 de Daher Socata. Une formidable opportunité qui m'a ouvert d'autres portes, comme celle d'Olivier Dassault, pour le design extérieur de son Falcon 10.

Travaillez-vous exclusivement les extérieurs ?

Oui, même si je respecte l'intervention des designers d'intérieur. Je préfère travailler sur cette sculpture volante, magnifique, poétique qui peut voler de continent en continent.

Avez-vous des limites dans votre création ?

Aucune, il n'y a pas de couleurs interdites, seulement le respect des contrastes permettant d'identifier visuellement les portes et les marquages techniques ; un travail que je supervise personnellement durant toute la phase d'application de la peinture. Sans limite, je peux laisser libre cours à mon imagination tout en gagnant la confiance de mes clients pour les emmener jusqu'au bout de mes projets.

Une confiance qui porte ses fruits auprès de clients très différents ?

Certainement et j'en suis particulièrement fier et heureux car cela ne bride pas la création. J'ai autant de bonheur à m'exprimer sur un avion de chasse comme le Mirage des

Nato Tiger ou plus récemment sur le projet de l'Airbus A380 Emirates Evolution. Happy Design vient également de signer l'Airbus A300-600 de Maximus Air, sans oublier le Bombardier Global Express 5000.

Parlez-nous de cette expérience unique à propos du Bombardier Global 5000.

C'est une expérience forte en émotions de toutes sortes car j'ai pu aller jusqu'au bout d'un concept et exprimer tout le potentiel de créativité d'Happy Design. L'histoire a débuté sur un simple coup de téléphone avec le propriétaire et une rencontre forte. Pour ce projet, nous avons décliné les codes couleurs d'un de ses objets personnels. Extrapoler, surprendre et en même temps rassurer en proposant un design proche de l'intime, voilà l'ADN du concept développé pour ce Bombardier. L'expérience a été d'autant plus forte qu'entre ce coup de téléphone et le début des travaux, à peine trois semaines se sont écoulées. Trois semaines intenses pendant lesquelles toute l'équipe s'est mobilisée pour que ce projet devienne réalité.

Cela vous apporte-t-il la reconnaissance de toute la profession ?

Là encore, c'est du pur bonheur car les récompenses de la profession sont la cerise sur le gâteau et je les partage avec toute mon équipe.

DESIGN



Дизайн высокого полёта

УЖЕ НА ПРОТЯЖЕНИИ МНОГИХ ЛЕТ САМОЛЁТЫ И ВЕРТОЛЁТЫ ВДОХНОВЛЯЮТСЯ ТЕНДЕНЦИЯМИ, ПРИШЕДШИМИ ИЗ ДИЗАЙНА ЯХТ. ПРИОБРЕСТИ ЛЕТАТЕЛЬНЫЙ АППАРАТ? НЕСОМНЕННО, НО НЕ ТАКОЙ, КАК У СОСЕДА.

Тогда как яхты находятся в области полной свободы творчества, этого нельзя сказать о самолётах, использование которых чаще всего связано с профессиональной деятельностью их владельцев. Возможно ли такое, что однажды частные самолёты будут раскрашены, как яхта Baglietto Роберто Кавалли, или Heesen Aurelia, окрашенная в цвета легендарного Porsche 917 Gulf Racing, за рулём которого сидел Стив МакКуин в фильме Ле Ман? Вот задача, которую ставят перед дизайнерами эти современные путешественники. Среди них, Дидье Вольф, выпускник Школы Art Deco в Страсбурге и основатель Happy Design Studio, ставший известным в мире авиации благодаря своему уникальному умению сочетать искусство и авиацию.

Почему вы выбрали авиацию как средство самовыражения?

Дидье Вольф: После учёбы в Страсбурге и опыта в других областях, я не был удовлетворён. Самолет позволяет мне работать в больших и, особенно, в трёх измерениях, т.к. его редко воспринимают во всей его целостности. Самолет в полете и на земле - совершенно разные вещи.

Как Вы работаете над Вашими проектами?

Я стараюсь найти нечто общее между пожеланиями владельца, моим восприятием его личности и моим воображением. Большая часть моей работы заключается в этом слиянии, и, чаще всего, мы мало что меняем при представлении окончательного проекта.

Каковы были Ваши первые реализации?

Мне посчастливилось выиграть конкурс на лучший дизайн TBM 850 Daher Socata в честь 100-летия Моран-Сольнье. Благодаря этому для меня открылись другие возможности, как, например, проект внешнего дизайна Falcon Оливье Дассо.

Вы работаете исключительно над внешним дизайном?

Да, хотя я и позволяю вмешательству дизайнеров интерьера. Я предпочитаю работать над этой летающей скульптурой, прекрасной и поэтической, которой ничего не стоит перелетать с континента на континент.

Имеет ли Ваше творчество какие-либо ограничения?

Ни одного. Здесь нет запрещённых цветов, только соблюдение контрастов, позволяющих визуальное определить двери и технические маркировки; работа, за которой я наблюдаю лично на протяжении всего этапа нанесения краски. Я могу дать волю моему воображению, сохраняя при этом доверие моих клиентов, чтобы показать им конечный результат моих проектов.

Такое доверие даёт свои результаты с абсолютно разными клиентами?

Безусловно, и я особенно горд и счастлив, потому что это доверие не ограничивает творчество. Я получаю одинаковое удовольствие как от работы над моделью Mirage Nato Tiger, так и от проекта Аэробуса A380 Emirates Evolution. Happy Design только что закончила работу над Аэробусом A300-600 для Maximus Air, а также над самолётом Bombardier Global Express 5000.

Расскажите нам об этом уникальном проекте Bombardier Global 5000.

Это был незабываемый, потрясающий проект, поскольку мне удалось довести до конца идею этой концепции и выразить творческий потенциал Happy Design. Всё началось с простого телефонного разговора, а затем встречи с владельцем. Для этого проекта, мы выбрали цветовую гамму одной из его личных вещей. Удивить и в то же время успокоить, предлагая дизайн, близкий по душе - вот ДНК концепции, разработанной для Bombardier. Проект был невероятно насыщенным, поскольку между телефонным звонком и началом работы прошло от силы три недели. Три насыщенные недели, в течение которых весь коллектив вёл совместную работу, чтобы превратить этот проект в жизнь.

Принёс ли Вам этот опыт признание в профессии?

Он принёс мне настоящее удовольствие от работы, а признание в профессии - это дополнительная радость, которую я делю со своим коллективом.

DELUXE

PHOTOS BENJAMIN BOUCHET / STYLING PAUL DEROO
Rolls-Royce Phantom - www.rolls-roycemotorcars-twelvevmonaco.com



Luxury and exquisite pleasure. From cabin to Rolls Royce to chic boutiques, trace the itinerary of a pampered traveler.

Luxe et volupté... De la cabine à la Rolls Royce via les boutiques chics, itinéraire d'un voyageur gâté.



Left

OMEGA
De Ville in 18K red gold,
hand-wound movement
De Ville en or rose 18 carats,
mouvement à remontage
mécanique

Right

HERMÈS
Crocodile coin à papier zip
portfolio
Coin à papier en crocodile
BOSS
Braided leather Derbies
Derbys en cuir tressé



HERMÈS
 Oxer bag in Barénia Calfskin
 Enamel bracelet
 Sac oxer en veau barénia
 Bracelet en émail
STELLA MC CARTNEY
 Acetate sunglasses
 Lunettes solaire en acétate
DIOR
 Diorific lipstick
 Rouge à lèvres, Diorific
ESTÉE LAUDER
 Pure Color eyeshadow palette
 Pure Color Envy nail lacquer
 Palette pure color ombre à paupières
 Vernis à ongles, pure color envy



LANCÔME La Vie Est Belle eau de toilette, 50 ml - Eau de toilette La Vie Est Belle, 50 ml
HERMÈS Glazed lambskin fingerless glove - Mitaine en agneau glacé
PRADA Acetate sunglasses - Lunettes solaire en acétate



RUINART Bottle of Rosé Champagne - Bouteille de Champagne Rosé
GIORGIO ARMANI Si eau de parfum, 50 ml - Eau de Parfum Si, 50 ml



PANERAI
Luminor 1950 3 Days Chrono Flyback,
self-winding mechanical movement
Luminor 1950, 3 day chrono fly back,
mouvement mécanique à remontage
automatique

DIOR
Homme Intense eau de parfum, 50 ml
Eau de parfum homme intense, 50 ml

EMPORIO ARMANI
Perforated leather
bag and Derbies
Sac et derbys en
cuir perforé



BREGUET Classique Chronograph in 18k rose gold, silvered gold dial, hand-wound movement
Classique chronographe en or rose 18 carats, cadran en or argenté, mouvement manuel



SUPER CAR

One of A KIND

PIÈCES UNIQUES

It's undeniable: the trend is personalization, both inside and out. The ultimate goal, the height of refinement is to become the proud owner of a car resembling no other. Vehicles like those from Aston Martin, Porsche, and Rolls Royce.

La tendance est à la personnalisation, à l'extérieur comme dans l'habitacle. But ultime et comble du raffinement : devenir l'heureux propriétaire d'une voiture qui ne ressemble à aucune autre. A découvrir, chez Aston Martin, Rolls-Royce et Porsche.

Are you a fan of "bespoke" service? At Rolls Royce, that's the norm, as 95% of models sold in 2013 passed through that department. Same goes at Porsche and Aston Martin, for both offer the tailor-made option to their clients. The Zuffenhausen maker recently unveiled a gold 911 Turbo demonstrating the savoir-faire and craftsmanship of those working in the Porsche Exclusive division : Lime Gold Metallic body (the exact color of gold lingots), black-backed bi-xenon headlights, brown leather interior, steering wheel sheathed in matching brown Alcantara, topped off with many more little details that spell performance. You may love it or you may wince, but this 911 has a personality all her own. Four-wheeled British haute couture bears a name rife with meaning: Q by Aston Martin. More proof in this Vanquish Volante, customized



to the extreme and displayed at the last Frankfurt Motor Show. Here it's an amber color, with front spoiler and rear diffuser in orange, seat contours in the same coppery tint, carbon-trimmed mirrors and front apron. In fact, Q goes well beyond the catalog options, since everything - or nearly - is possible. Rolls Royce, a victim of its success, had to hire designers, engineers, and special craftspeople, going so far as to double its staff to meet

growing demand. Has Bespoke become Rolls Royce's crown jewel? That question is answered when one learns that 96% of Phantoms are customized by this department and, in its first year on the market, 90% of Wraiths. "Bespoke" is indeed the trendiest new word in the dictionaries of the luxury automotive world.

SUPER CAR



“Bespoke” is indeed the trendiest new word in the dictionaries of the luxury automotive world. «Bespoke», un mot devenu hypertexte dans l’univers de l’automobile de luxe



Êtes-vous fan du service « bespoke » ? Chez Rolls-Royce, aucun doute n’est permis : 95% des modèles vendus en 2013 sont passés par ce département. Même constat chez Porsche et Aston Martin, qui toutes deux proposent également l’option tout sur-mesure à leurs clients. Le constructeur de Zuffenhausen a récemment dévoilé une

911 Turbo Gold mettant en exergue le savoir-faire des artisans de la division Porsche Exclusive : carrosserie Lime Gold Metallic (la couleur exacte des lingots d’or), phares avant bi-xénon à fond noir, intérieur en cuir marron, volant recouvert d’Alcantara marron assorti... plus de multiples détails qui signent la performance. On aime... ou pas, mais cette 911 a une personnalité qui n’appartient qu’à elle. La haute couture britannique porte un nom éloquent, « Q by Aston Martin ». La preuve avec sa Vanquish Volante personnalisée à l’extrême et présentée au dernier salon de Francfort. Au programme : teinte ambrée, spoiler avant et diffuseur arrière orange, contours des sièges dans le même ton cuivré, rétroviseurs et jupe avant habillés de carbone... En réalité, « Q » va bien au-delà des options du catalogue puisque tout - ou presque - devient possible. « Victime » de son succès, Rolls-Royce a dû recruter designers, ingénieurs et artisans, allant même jusqu’à doubler ses équipes pour pouvoir répondre à une demande sans cesse croissante. « Bespoke » serait-il devenu le joyau de la couronne Rolls-Royce ? Sans nul doute quand on constate que 96% des Phantom passent par ce département et, dès leur première année de commercialisation, 90% des Wraith. « Bespoke », un mot devenu hypertexte dans l’univers de l’automobile de luxe.

www.porsche.com - www.astonmartin.com
www.rolls-roycemotorcars.com



BEAUTIFUL MACHINES
The Golfe de Saint-Tropez International Airport has top-end vehicles, from makers like Maserati and Lamborghini, available for rental by business aviation passengers. These beautiful machines can even be delivered on the tarmac while the customer is deplaning.

BELLES MÉCANIQUES L’aéroport International Golfe de Saint-Tropez propose à ses passagers de l’aviation d’affaires de louer des véhicules très haut de gamme (Maserati, Lamborghini...). Ces belles mécaniques peuvent venir les accueillir sur le tarmac dès leur descente d’avion.

SUPER CAR

Единственный в мире



НОВАЯ ТЕНДЕНЦИЯ - АВТО-ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ, КАК СНАРУЖИ, ТАК И ВНУТРИ. ЦЕЛЬ И ВЕРХ ИЗЫСКАНОСТИ - СТАТЬ СЧАСТЛИВЫМ ОБЛАДАТЕЛЕМ АВТОМОБИЛЯ, ЕДИНСТВЕННОГО В СВОЁМ РОДЕ. НОВИНКИ У ASTON MARTIN, ROLLS-ROYCE И PORSCHE.

Вы - поклонник сервиса «на заказ»? У Rolls-Royce нет в этом сомнений: 95% моделей, проданных в 2013 году, прошло через этот сервис. Тот же результат у Porsche и Aston Martin, также предлагающих опцию «всё на заказ» для своих клиентов. Автомобильная марка Zuffenhausen недавно представила всеобщему вниманию новый 911 Turbo Gold, подчеркнув таким образом умение и опыт Porsche Exclusive: цвет Lime Gold Metallic (точное название цвета золотых слитков), передние фары bi-xénon на чёрном фоне, салон из коричневой кожи, алькантаровое покрытие руля также в коричневом тоне... множество различных деталей, говорящих о совершенстве. Эта модель может нравиться или нет, но она обладает характером, присущим только ей. Британский мода носит выразительное имя «Q by Aston Martin». Доказательством тому является Vanquish Volante, персонализированный по-максимуму и

представленный на последнем автосалоне во Франкфурте. В списке: янтарный цвет, передний спойлер и задний диффузор оранжевого цвета, контуры кресел в том же медном тоне, зеркала и накладка на переднем бампере из углерода... «Q» выходит за пределы возможных опций, так как в нем всё, или почти всё, становится возможным. Rolls-Royce стал жертвой собственного успеха. Владелец компании пришлось принять на работу дополнительных дизайнеров, инженеров и мастеров, и даже удвоить свой штат, чтобы ответить на постоянно растущий спрос. Возможно, услуга «всё на заказ» стала жемчужиной на короне Rolls-Royce? В этом нет никаких сомнений, поскольку 96% модели Phantom прошли через этот сервис уже в первый год после его выпуска, и 90% модели Wraith. Выражение «всё на заказ» определённо стало очень популярным в сфере автомобилей высшего класса.

“Our architecture is meant to be streamlined and heighten enjoyment of the location.” An example here in this villa that opens, unhindered, onto the Mediterranean. A project by a2-Sb.

«Notre architecture cherche à s'inscrire dans l'épure et la jouissance du lieu.» La preuve avec cette villa largement ouverte sur la Méditerranée. Une réalisation signée a2-Sb.»

Between classic sites and monuments here, contemporary villas and cutting-edge hotels there, long-loved Provençal towns like Saint-Tropez, Gassin, and Ramatuelle perpetually vacillate between past and present. Here's a tour of a few superb examples of local architectural achievements, ranging from modestly modern to off-the-charts contemporary.

Entre sites et monuments classés d'un côté, et villas et hôtels contemporains de l'autre, Saint-Tropez, Gassin, Ramatuelle... oscillent en permanence entre passé et présent. Visite guidée de quelques beaux exemples de réalisations design, voire hyper design.

Saint TROPEZ

MODERN TIMES

«*Contemporary architecture is only expressed as such by the existence of old buildings.*»

«*L'architecture contemporaine ne s'exprime que par l'existence des vieilles bâtisses.*»

romanticized, picture-postcard legends often die hard. The minute someone mentions Saint-Tropez and the surrounding communities, the conversation turns to the rolling landscapes of the Massif des Maures, sunny colors worthy of a Dufy painting, and the charming, archetypal Provençal mas. But the architecture of this little corner of France is actually much more complex. “Provençal spirit isn't an obstacle; it's a source of inspiration, a setting with its own influence; we try to achieve synergy with it through our own contemporary codes,” explain Sébastien Belle and Jean-Yves Arrivetz, interior designer and French-registered architect (DPLG),

SAINT-TROPEZ ET LA MODERNITÉ

respectively.

ENVIRONMENTAL SYMBIOSIS

Registered professional architects agree: contemporary architecture is far from being out of context; it is born of, and develops from, its context. The edifice finds its place within the setting and becomes part of the ambient expression. As Rudy Ricciotti likes to point out, “contemporary character isn't an end in itself.” Gianni Fasciani of the Vielliard & Fasciani agency goes even further, observing that “contemporary architecture is only expressed as such by the existence of ‘old buildings.’ It's the presence of the past that renders it remarkable.” So what, in fact, makes it so remarkable? It tends to feature

symbols, exudes emotion. It showcases natural materials like stone, wood, and glass, creative foundations that are inherently "great playmates." Concrete? It is used for both technical and financial reasons. "I like the idea of using materials that answer a question, whether that question is technical, aesthetic, or architectural. Then each material takes on its own emotional charge," says Vincent Coste. Rudy Ricciotti has the last word, summing it up this way: "I built a genuine mas in Gassin... and it's contemporary."

*"I built a genuine mas in Gassin... and it's contemporary." »
"J'ai construit à Gassin un vrai mas... et il est contemporain." »*

Les images d'Epinal ont souvent la vie dure. Dès que l'on évoque Saint-Tropez et les communes environnantes, on parle systématiquement de cette terre des Maures, de ses couleurs dignes des tableaux de Dufy, de ses mas typiquement provençaux. Pourtant, l'architecture de ce petit coin de France est nettement plus complexe. « L'esprit Provence n'est pas un frein mais une source d'inspiration. Un cadre influant auquel on essaie de participer avec nos codes contemporains » expliquent Sébastien Belle et Jean-Yves Arrivetz, respectivement architecte d'intérieur et architecte DPLG.

LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

Les professionnels (tous architectes DPLG) sont unanimes, l'architecture contemporaine, loin d'être coupée de son contexte, s'en nourrit. Ce dernier devient même un écrin où le bâti s'insère et s'inscrit dans une logique. Comme se plaît à le souligner Rudy Ricciotti, « le caractère contemporain n'est pas une finalité. » Gianni Fasciani, de l'agence Vielliard & Fasciani va même plus loin, constatant que « l'architecture contemporaine ne s'exprime que par l'existence des « vieilles bâtisses ». C'est grâce au passé qu'on la remarque. »

Qu'a-t-elle donc de remarquable ? Elle tend à privilégier l'horizontalité et la fluidité des lignes, développe une histoire, se charge de symboles et d'émotion. Elle met en scène des matériaux nobles, la pierre, le bois et le verre devenant, pour elle, de « bons camarades de jeu ». Le béton ? Elle s'en sert, pour des raisons autant techniques que financières. « J'aime l'idée d'utiliser des matériaux qui répondent à une question, qu'elle soit technique, esthétique, architecturale. Ensuite, chacun d'eux a sa propre charge émotionnelle », précise Vincent Coste. Le mot de la fin revient à Rudy Ricciotti, qui en une seule phrase résume tout : « J'ai construit à Gassin un vrai mas... et il est contemporain. »



© L Pons

Above: The aptly named Kube Hotel, a four-star mini-resort. Opposite: The Sezz Saint-Tropez, a five-star boutique hotel.

Ci-dessous, le bien nommé Kube Hôtel, un mini-resort 4*. Ci-contre, le boutique hotel 5 *, le Sezz Saint-Tropez.



© Olivier Amsellem

Above: Rudy Ricciotti's immense talent is reflected in this strikingly sober architecture. Below: The "self-possessed architecture" of Vincent Coste. Opposite, top: Bounded by the Mediterranean, a villa seems to float on the water. By Vielliard & Fasciani Architectures. Opposite, bottom: Clean lines and geometry are juxtaposed, creating a seamless integration with the surroundings. a2-sB

Ci-dessus, tout le talent de Rudy Ricciotti se reflète dans cette architecture d'une sobriété spectaculaire. Ci-dessous, «L'architecture assumée» de Vincent Coste. Ci-contre en haut, avec la Méditerranée pour témoin, une villa comme posée sur l'eau. Réalisation Vielliard & Fasciani Architectures. Ci-contre en bas, jeux de lignes et géométrie tout en pureté pour une intégration parfaite à l'existant. a2-Sb



© Vielliard & Fasciani Architectures



© agence Coste



© a2-Sb



© a2-Sb

Сан-Тропе и современность

ОТ ИСТОРИЧЕСКИХ ПАМЯТНИКОВ ДО СОВРЕМЕННЫХ ВИЛЛ И ОТЕЛЕЙ, ГОРОДА САН-ТРОПЕ, ГАССАН, РАМАТЮЭЛЬ НЕУСТАННО КОЛЕБЛЮТСЯ ГДЕ-ТО МЕЖДУ ПРОШЛЫМ И НАСТОЯЩИМ. ЭКСКУРСИЯ ПО НЕКОТОРЫМ КРАСИВЕЙШИМ ДОСТИЖЕНИЯМ ДИЗАЙНА И ГИПЕР ДИЗАЙНА.

Романтизированные клише открыток не так-то просто забыть. При упоминании о Сен-Тропе и окружающих его селениях, речь тут же заходит о земле мавров, о цветах, достойных картин Дюфи, о типичных провансальских домах. Тем не менее, архитектура этой небольшой части Франции гораздо сложнее. «Дух Прованса не является препятствием, но источником вдохновения. Это своеобразная рамка, в которую мы пытаемся внести частицу современности», - объясняют Себастьян Бель и Жан-Ив Арривет, дизайнер интерьера и архитектор DPLG.

Уважение к окружающей среде

Профессионалы (архитекторы DPLG) единодушны: современная архитектура нисколько не отдалается от современного контекста, но вдохновляется им. Более того, этот контекст является ларцом, где здания логически выстраиваются. Как любит повторять Руди Риччиотти, «современный стиль не является самоцелью.» Джанни Фасьяни из агентства

Vielliard & Fasciani продолжает эту мысль, утверждая, что «современная архитектура выражается только через существование «старых зданий». Она заметна именно благодаря прошлому.»

Что в ней особенного? Она, как правило, отдаёт предпочтение горизонтальным и плавным линиям, рассказывает историю, окружает себя символами и эмоциями. Она использует природные материалы, камень, дерево, стекло. Бетон? Она использует его по техническим и финансовым причинам. «Мне нравится идея использования материалов для какой-либо конкретной цели, технической, эстетической, архитектурной. Каждый из них имеет свой собственный эмоциональный заряд», - говорит Винсент Косте. Руди Риччиотти всего лишь одной фразой подводит итог ко всему сказанному: «Я построил в Гассане настоящий провансальский дом... и он современный.»



Guntars Lazdins, Key Account Manager

AS THE SUMMER SEASON AT NICE'S CÔTE D'AZUR AIRPORT IS BEGINNING, SO IS THE RISE IN THE ACTIVITY; WE MET WITH AVIAPARTNER EXECUTIVE'S GUNTARS LAZDINS (KEY ACCOUNT MANAGER DEDICATED TO THE RUSSIAN MARKET).

PRIVATE SKIES: There has been an important surge in private jet traffic in these recent years, how do you explain this evolution?

GUNTARS LAZDINS: The Côte d'Azur is indeed becoming more attractive through its climate, privileged geographical situation (the sea, the mountains, Monaco, Cannes, St Tropez...), stability and long tradition for welcoming the high European society; be it for resort holidays or many of the organised festive activities. All this makes the Côte d'Azur a very attractive destination for families, businessmen and of course jet setters.

What about your clientele, specifically the Russian market?

The Russian clientele is by far the first market for the Côte d'Azur and Aviapartner Executive; it renews with a long tradition dating back to the 19th and 20th centuries. This is the reason why we have put into place an organization with a specific view to personalize and adapt the service rendered to this clientele used to receiving service of the highest standard throughout the world, be it in London, New York, Miami or even Geneva. To best answer the specific requirements of our Russian clients, we have numerous Russian-speakers within our team to take into account the culture, traditions and the service which is expected, to permit a greeting in Russian.

What exactly consists of this personalization provided to your Russian clients?

When we offer assistance to a Russian private jet arriving into Nice, we handle everything at the airport in order to allow for a swift, comfortable, controlled and discreet transfer to and from their aircraft for them to enjoy their stay without any apprehensiveness when they are present at the airport. We will anticipate processing with immigration, customs (mainly for tax refunds) and more generally with local authorities.

СЕРВИСНЫЙ АВИА-ОПЕРАТОР AVIAPARTNER EXECUTIVE ЯВЛЯЕТСЯ НА СЕГОДНЯ НЕЗАМЕНИМЫМ ПАРТНЕРОМ РУССКОЯЗЫЧНЫХ КЛИЕНТОВ НА ЛАЗУРНОМ БЕРЕГУ. ВСТРЕЧА С ГУНТАРСОМ ЛАЗДЫНЬШЕМ, МЕНЕДЖЕРОМ, ОТВЕТСТВЕННЫМ ЗА ЭТОТ РЫНОК.

Частные небо: Вы развиваете услуги, специально предусмотренные для русскоговорящей клиентуры. Почему?

ГУНТАРС ЛАЗДЫНЬШ: Это один из важнейших секторов рынка на Лазурном берегу и, в особенности, для Aviapartner Executive. Поэтому мы создали специальную организацию с целью персонализации и адаптации наших услуг, предназначенных для этих требовательных клиентов, привыкших к высококлассному сервису.

В чем конкретно состоит персонализация?

Когда к нам обращается частный самолет, мы берем на себя все необходимые процедуры для того, чтобы позволить пассажирам максимально насладиться их пребыванием на Лазурном берегу. Начиная с быстрого, комфортабельного и дискретного трансфера, переговоров с миграционными службами, таможней и, в общем, со всеми местными властями.

Каковы пределы Вашей персонализации?

Наша команда состоит из нескольких русскоговорящих служащих, что позволяет нам точно и безошибочно отвечать на любой запрос, будь это до отлета или при прилете. Кроме того, мы располагаем просторными салонами (более 150 кв.м) на пассажирском терминале аэропорта Ниццы. Это позволяет нам принимать наших клиентов в комфортабельном, просторном и одновременно конфиденциальном пространстве, так как некоторые салоны могут быть приватизированы по запросу.

ARMEN PETROSSIAN

the taste of LUXURY

The Petrossian company is opening a boutique in the business terminal at the Nice Côte d'Azur airport. Our opportunity to meet with the CEO, Armen Petrossian, who is not only passionate about caviar and other exquisite food and gifts – he is an ambassador of French savoir-faire.

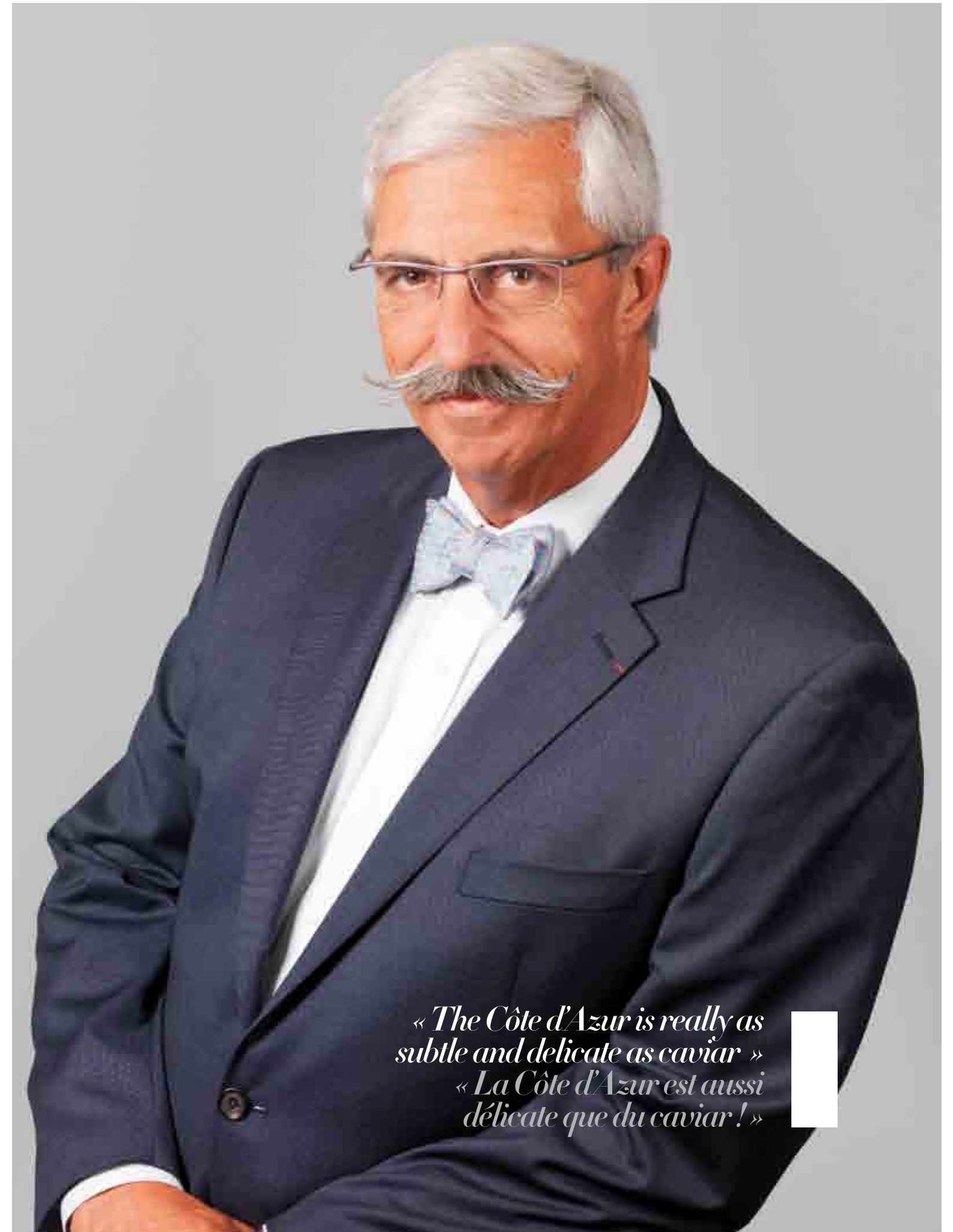
La maison Petrossian inaugure une boutique au Terminal Aviation d'Affaires de l'Aéroport Nice Côte d'Azur. L'occasion de rencontrer Armen Petrossian, PDG passionné de caviar et de produits d'exception et ambassadeur d'un savoir-faire à la française.

Opening a location at the Nice airport, that's quite a novel idea...

Absolutely, this is a unique experience! This extraordinary boutique will be set in a VIP area for private and business aircraft, separate from the other terminals. Our clients here have a preference for the quintessence of luxury. Naturally, we're a luxury-oriented company, but this particular target, primarily from Asian countries, Russia and the Middle East, is not the same as that of our other stores: they're accustomed to having the finest in everything, with very specific demands that we aren't always aware of in advance. We need to remain exceedingly attentive to really shape this innovative concept properly.

Nevertheless, you've established the lines you'll be offering...

It will be a specific offer built around our caviar, of course, with larger packages and more exclusive caviars. We'll also be presenting our smoked fish and other sweet and savory gourmet items. This site is an opportunity for customers who may not know the extent of our specialties to really discover our product lines. We'll also have specially tailored services at this location. We know, for example, that these visitors are likely to make purchases when they arrive, yes, but they will especially want to have our products with them when they leave. We must be able to promptly satisfy their needs. With time, we'll identify their desires and perhaps take things further with a special tasting area.



*« The Côte d'Azur is really as subtle and delicate as caviar »
« La Côte d'Azur est aussi délicate que du caviar ! »*

PORTRAIT

« *Customers may not know the extent of our specialties.* »
« *La clientèle ne connaît pas toujours l'étendue de nos spécialités.* »

Is it important for you to have a presence on the Côte d'Azur?

Oh, clearly! My family has ties to this region that date back to my great-grandfather. He was a billionaire who came from Baku on the Caspian Sea in a private train with his family and friends. The journey lasted several days, but, aboard this luxury train, the time passed quickly. I can just imagine the excess! I've never seen pictures of that, but my mother used to tell me about these trips. This was back in the day when the Russian community came here in the springtime and settled in luxury hotels, like the Negresco, or rented villas. I understand that passion of his, and I've carried it on myself. We have an apartment in Cannes. I just love the incomparable light here. The weather, too, is quite unique: It's never humid, and the warmth is always very pleasant. And the smell of the air - it's not too salty. Deep down, the Côte d'Azur is really as subtle and delicate as caviar...

Ouvrir une adresse dans l'Aéroport Nice Côte d'Azur, c'est original...

C'est surtout une expérience inédite ! Cette boutique d'exception sera située dans une zone VIP, destinée aux avions privés et d'affaires et séparée des autres terminaux. Nous nous adressons à une clientèle sensible à l'hyper-luxe. Nous sommes, certes, une maison de luxe mais cette cible, venue pour l'essentiel des pays asiatiques, de Russie et du Moyen Orient, n'est pas tout à fait celle de nos autres boutiques : elle est très gâtée, avec des attentes particulières que nous ne connaissons pas toujours. Nous devons être à son écoute pour consolider ce concept novateur.

Vous avez tout de même défini une offre.

Ce sera une offre spécifique autour du caviar, bien sûr, avec des formats de boîtes conséquents et des caviars plus exclusifs. Nous proposerons aussi nos poissons fumés et d'autres recettes sucrées et salées. Ce lieu est l'occasion de faire découvrir un savoir-faire à une clientèle qui ne connaît pas toujours l'étendue de nos spécialités. Nous aurons également des services adaptés. Nous savons, par exemple, que ces visiteurs sont susceptibles de faire des

achats lors de leur arrivée mais qu'ils vont surtout souhaiter repartir avec nos produits. Nous devons être capables, en très peu de temps, de satisfaire leurs demandes. Nous allons peu à peu cerner leurs envies et peut-être aller plus loin avec un espace dégustation.

Est-ce important pour vous d'être présent sur la Côte d'Azur ?

Evidemment ! Les liens de ma famille avec cette région remontent à mon arrière-grand père. Milliardaire, il venait depuis Bakou sur la Mer Caspienne en train privé avec sa famille et ses amis. C'était un voyage de plusieurs jours mais à bord de ce train luxueux, le temps passait vite. J'imagine la démesure ! Je n'ai jamais vu de photos mais ma mère me racontait ces séjours. C'était l'époque où la communauté russe venait au printemps et s'installait dans des palaces comme le Negresco ou louait des villas. Je comprends son engouement et je le perpétue... Nous avons un appartement à Cannes. J'aime la lumière incomparable. Le temps est aussi très particulier : il n'y fait jamais lourd, la chaleur est toujours agréable. Quant au parfum de l'air, il n'est pas trop iodé. La Côte d'Azur, est, au fond, aussi délicate que du caviar...

www.petrossian.com
www.nice.aeroport.fr



PORTRAIT



Армен Петроссян Вкус Роскоши

ИЗВЕСТНАЯ МАРКА ПЕТРОССЯН ОТКРЫВАЕТ МАГАЗИН В ДЕЛОВОМ ТЕРМИНАЛЕ АЭРОПОРТА НИЦЦЫ НА ЛАЗУРНОМ БЕРЕГЕ. ВСТРЕЧА С АРМЕНОМ ПЕТРОССЯНОМ, ГЕНЕРАЛЬНЫМ ДИРЕКТОРОМ, ЦЕНИТЕЛЕМ ИКРЫ И ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ И ПРЕДСТАВИТЕЛЕМ ФРАНЦУЗСКОГО НАВЫКА.

Открыть магазин в аэропорту Ниццы на Лазурном берегу - это оригинально...

Более того - это уникальный опыт! Этот исключительный бутик будет расположен в VIP-зоне аэропорта, предназначенной для частных и деловых перевозок, отдельной от других терминалов. Наша цель - удовлетворить требования клиентов, привыкших к самому высокому уровню роскоши. Безусловно, все наши магазины предлагают изысканную продукцию, но клиенты этого нового магазина, в основном из Азии, России и Ближнего Востока, не похожи на остальных: они очень требовательны, с индивидуальными пожеланиями, о которых мы не всегда знаем. Мы должны прислушиваться к ним, чтобы освоить эту инновационную концепцию.

Вы создали специальное предложение.

Да, специальное предложение с большими форматами банок и самой эксклюзивной икрой. Мы также предложим нашим клиентам нашу копченую рыбу и другие сладкие и солёные блюда. Открытие этого магазина является для нас возможностью показать клиентам всю нашу продукцию и услуги, т.к. они не всегда им известны. Мы также предложим персонализированный сервис. Мы знаем, например, что эти клиенты, скорее всего, будут делать покупки

по прибытию, но пожелают забрать их перед отъездом. Мы должны быть в состоянии, удовлетворить их требования в очень короткое время. Постепенно мы точнее определим их пожелания и, возможно, даже откроем дегустационный зал.

Для Вас важно иметь магазин на Лазурном берегу?

Несомненно! Связь этого региона с моей семьёй начинается с моего прадеда. Он был миллиардером и приезжал из Баку, с побережья Каспийского моря, на частном поезде со своей семьёй и друзьями. Такие путешествия длились в несколько дней, но в этом роскошном поезде время летело быстро. Я никогда не видел фотографий, но моя мать рассказывала мне об этих путешествиях. В то время русская община приезжала сюда весной и селилась в отелях типа Негреско или арендовала виллы. Я понимаю это пристрастие и увековечиваю его... У меня есть квартира в Каннах и я обожаю её несравненное освещение. Погода здесь тоже очень особенная: здесь никогда не бывает душно, а жара всегда приятна. Что же касается воздуха, он не слишком йодирован. Лазурный берег, по сути, такой же утончённый, как и икра.



DUCASSE on the rock

He is a giant in the gastronomic galaxy. But Alain Ducasse has long been much more than simply a chef of stature showered with Michelin stars.

Dans la galaxie gastronomique, il fait figure de géant. Depuis longtemps déjà, Alain Ducasse n'est plus seulement le chef dont le talent est auréolé d'étoiles.

CUISINE



centered. Nature gives us her finest foods and the chef's role is to bring out the best of their flavors. That approach is certainly what guides everything I do at my restaurants.

Do you have other plans for Monaco?

Yes - to carry on this beautiful love story with the Principality for the next 25 years!

Créateur de restaurants, aubergiste contemporain, formateur, éditeur, il met son savoir-faire au service d'un art que le monde entier lui envie : celui du bien manger français. Son code d'honneur, il le résume en 12 valeurs : passion, plaisir, partage, harmonie, performance, rigueur, curiosité, diversité, excellence, respect, audace et mémoire. Brève rencontre avec le Prince des Chefs... et le Chef des Princes.

Monaco et vous, une belle «histoire d'amour» ?

C'est une très belle histoire et c'est une histoire qui dure depuis plus de 25 ans. Lorsque je suis arrivé en 1987, j'ai été conquis par la Riviera où j'ai planté mes racines. J'ai été aussi très touché par la confiance que SAS le Prince Rainier III puis SAS le Prince Albert II m'ont témoignée.

Vous avez dit : «De la cuisine à l'atmosphère en passant par le style, un restaurant doit être en osmose avec l'endroit où il se trouve.» Le Louis XV et La Trattoria sont-ils représentatifs des différents visages de la Principauté ? En quoi ?

Effectivement, tous mes restaurants sont inspirés par le lieu où ils se trouvent. De ce point de vue, Le Louis XV et la Trattoria expriment chacun à leur façon l'âme de Monaco et, plus généralement, de la Riviera. Le cadre peut être plus raffiné ou plus détendu, la carte peut être plus simple ou plus élaborée, tous ces restaurants donnent des interprétations différentes d'une même partition, celle de la cuisine méditerranéenne.

Chacun des deux possède sa propre «ligne éditoriale». Est-ce votre force, de proposer des cuisines différentes qui toutes restent du «Alain Ducasse» ?

C'est en tout cas ce que je m'efforce de faire. Fondamentalement, je fais une cuisine de produit. La nature nous donne ses plus beaux produits et le rôle du cuisinier est d'en exalter les goûts. Cette approche est certainement le fil directeur de tout ce que je fais dans mes restaurants.

Avez-vous d'autres projets sur Monaco ?

Continuer cette belle histoire d'amour avec la Principauté pendant les 25 prochaines années !

Le Louis XV - Alain Ducasse:

Tel. +377 98 06 88 64

La Trattoria - Sporting Monte-Carlo:

Tel. +377 98 06 71 71

As a restaurant designer, modern-day innkeeper, trainer, and publisher, he lends his inimitable expertise to an art that is envied the world over: fine French cuisine. He sums up his code of honor in twelve values: passion, pleasure, sharing, harmony, performance, discipline, curiosity, diversity, excellence, respect, daring, and remembrance. Savor with us this evanescent encounter with the Prince of chefs...and the chef of Princes.

Tell us about this beautiful "love story" you have with Monaco...

Alain Ducasse: It's an exquisite story, one that has endured more than 25 years. When I first came here in 1987, I was captivated by the Riviera, so I decided to settle here. I was also very touched by the trust shown in me by HSH Prince Rainier III and HSH Prince Albert II.

You are known to have said, "From the cuisine to the ambiance to the style, a restaurant must be in harmony with its location." Do Le Louis XV and La Trattoria represent different facets of the Principality? And how so?

Yes, that's true; all my restaurants take their inspiration from their settings. From that perspective, Le Louis XV and La Trattoria each express, in their own way, the soul of Monaco and, more broadly, the Riviera. The venue can be refined or relaxed, the menu can be simpler or more extravagant...but these restaurants simply offer different arrangements of the same culinary score: Mediterranean cuisine.

Each of the two establishments has its own "editorial line." Does your strength lie in serving a variety of cuisines that nevertheless remain "Alain Ducasse"?

Yes, at least that's my objective. Fundamentally, my cuisine is ingredient-



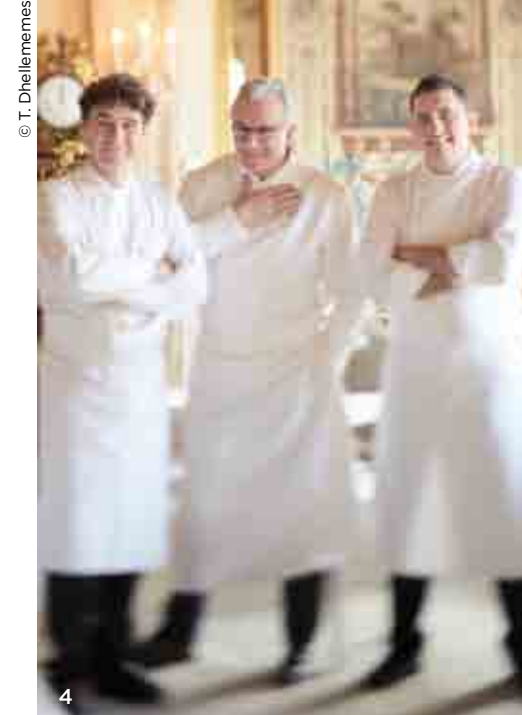
© Realis



© B. Touillon



© T. Dhellemmes



© T. Dhellemmes



© Pierre Monetta



© Pierre Monetta

1 and 2 - Le Louis XV, the three-star restaurant on the Rock.
3 - The savory "Cookpot of Haute Provence spelt and baby vegetables"

4 - Franck Cerutti, Alain Ducasse, and Dominique Lory
5 and 6 - La Trattoria, a Tuscan-influenced Italian restaurant overlooking the Jimmy'z gardens

1 et 2 - Le Louis XV, le restaurant 3 étoiles du Rocher.
3 - Un délice nommé Cookpot de petit épeautre de Haute Provence, jeunes légumes
4 - Franck Cerutti, Alain Ducasse et Dominique Lory
5 et 6 - La Trattoria, une table italienne d'influence Toscane qui surplombe les jardins du Jimmy'z



© Pierre Monetta



RISOTTO WITH ARTICHOKES RISOTTO AUX ARTICHAUX DE LA TRATTORIA

INGREDIENTS:

6 spiny or purple artichokes (or 8 artichokes if no stalks) - Spring onion - 40g butter - 300g Carnaroli rice - 30g parmesan - White wine - Chicken broth - Wine vinegar - Salt - Pepper - Olive oil

TO PREPARE:

Prepare the spiny or purple artichokes to retain only the hearts, quarter, remove the choke (hairs), set aside in lemon water. Peel stalks and finely dice (if no stalks, use 2 chopped artichoke hearts). Very finely dice spring onion and brown on low heat in 20g of butter, add the diced stalks (or 2 chopped artichoke hearts if no stalks). After two minutes, add the Carnaroli rice, let heat for 1 minute. Deglaze with a splash of white wine, reduce, then add enough boiling chicken broth to just cover, then let simmer over low heat. Gradually add more liquid as the rice absorbs it. The broth quantity should equal three times the rice volume (in this case, 9 dl). Brown the artichoke quarters on all sides in olive oil for about 8 minutes. Risotto requires 18 to 20 minutes of cooking time. When the rice is cooked, remove from heat, add the other 20g of butter and the parmesan and stir vigorously with a wooden spoon. Thin with a few drops of wine vinegar and correct the seasoning.

TO SERVE:

Arrange the risotto in the dish, flatten with the back of the spoon, add the browned artichokes.

INGRÉDIENTS PRINCIPAUX :

6 artichauts épineux ou violets (ou 8 artichauts si pas de pied) - Oignon blanc - 40 g de beurre - 300 g de riz Carnaroli - 30 g de parmesan - Vin blanc - Bouillon de volaille - Vinaigre de vin - Sel - Poivre - Huile d'olive

PROGRESSION DE LA RECETTE :

Tourner les artichauts épineux ou violets, les couper en 4, retirer le foin, réserver dans de l'eau citronnée. Tailler les pieds épluchés en petits dés (ou 2 artichauts émincés si pas de pied). Faire revenir l'oignon blanc ciselé très fin à feu doux avec 20 g de beurre, ajouter les dés de pieds d'artichauts (ou 2 artichauts émincés si pas de pied). Deux minutes plus tard ajouter le riz de la variété Carnaroli, laisser chauffer 1 minute. Déglacer d'un trait de vin blanc, laisser réduire puis mouiller de bouillon de volaille bouillant à hauteur et faire cuire à feu doux. Rajouter du liquide au fur et à mesure que le riz l'absorbe. La quantité de bouillon est égale à 3 fois le volume du riz, dans ce cas 9 dl. Dorer les quartiers d'artichauts à l'huile d'olive environ 8 minutes sur toutes les faces. Pour réaliser un risotto, il faut 18 à 20 minutes de cuisson. Quand le riz est cuit, le retirer du feu, incorporer 20 g de beurre et le parmesan en remuant énergiquement avec une spatule en bois. Verser quelques gouttes de vinaigre de vin pour l'éclaircir et rectifier l'assaisonnement.

DRESSAGE :

Dresser le risotto, l'aplanir avec le dos de la cuillère, ajouter les artichauts dorés.



THE PAN BAGNAT OF LE LOUIS XV

SERVES 4:

4 round bread loaves (large, flat rolls) 15cm in diameter - 2 cloves garlic - 6 tomatoes - 12 slices sundried tomatoes - 8 quail eggs - 1 head romaine lettuce - 8 radishes - 1 artichoke (leaves and choke removed) - 2 scallions - 1 small celery heart - 1 regular spring onion - 1/2 sweet red pepper - 1 small fennel bulb - 1/2 bunch basil - 12 pitted Niçois olives - 8 anchovy filets in oil - 100g tuna in oil - Vinegar - Fleur de sel - Freshly ground pepper

TO PREPARE:

Bread: Peel the garlic cloves; rub all sides of the bread with the garlic. Halve two tomatoes, cut open the loaves and rub the insides with the tomatoes. Season: drizzle with olive oil, a little vinegar, sea salt, and pepper. Set aside

Quail eggs: Boil the quail eggs for 5 minutes in water. Let eggs cool. Shell and halve. Set aside.

Lettuce and tomatoes: Wash and dry the lettuce, remove 12 good leaves and set aside. Thinly slice the remaining 4 tomatoes and halve the sundried tomatoes. Set aside.

Vegetables: Clean the remaining vegetables. Thinly slice the radishes, artichoke, and onion. Thinly bias-cut the scallions and celery into 2mm-thick slices. Slice the pepper into 2mm-thick strips. Halve the fennel, then slice into 2mm-thick strips. Mix the sliced vegetables in a bowl and season with olive oil and vinegar, salt and pepper. Add the olives to the mixture. Drain and flake the tuna.

ASSEMBLY AND SERVING:

On four halves of bread, arrange sliced tomatoes and lettuce leaves. Distribute the vegetable mixture on top. Add the anchovy filets, tuna, and quail eggs. Season with pepper. Place the top bread sections on the sandwiches, pressing down slightly to keep in place. Let sit ten minutes before serving.

PAN BAGNAT DU LOUIS XV

MARCHÉ POUR 4 PERSONNES :

4 pains ronds de 15 cm de diamètre - 2 gousses d'ail - 6 tomates - 12 pétales de tomates (tomates séchées) - 8 œufs de caille - 1 salade romaine - 8 radis - 1 artichaut - 2 cébettes - 1 petit cœur de céleri - 1 oignon blanc - 1/2 poivron rouge - 1 petit fenouil - 1/2 botte de basilic - 12 olives de Nice dénoyautées - 8 filets d'anchois à l'huile - 100 g de thon à l'huile - Vinaigre - Fleur de sel - Poivre du moulin

PRÉPARATION :

Les pains : Eplucher les gousses d'ail et en frotter les pains de tous côtés. Couper deux tomates en deux, ouvrir chaque pain en deux et en frotter l'intérieur. Assaisonner : arroser d'huile d'olive, d'un peu de vinaigre et fleur de sel et de poivre. Réserver

Les œufs de caille : Cuire les œufs de caille pendant 5 minutes dans l'eau bouillante. Les refroidir. Retirer les coquilles et les couper en deux. Réserver

La salade et les tomates : Laver, essorer, effeuiller la salade, réserver 12 feuilles. Couper les 4 tomates restantes en fines tranches et les tomates confites en deux. Les réserver.

Les légumes : Nettoyer le reste des légumes. Couper les radis, l'artichaut vidé, l'oignon en fines rondelles. Couper les cébettes et le céleri en fins biseaux de deux millimètres d'épaisseur. Tailler le poivron en lanières de deux millimètres d'épaisseur. Couper le fenouil en deux puis faire des lamelles de deux millimètres d'épaisseur. Rassembler tous les légumes taillés dans un saladier et les assaisonner d'huile d'olive et de vinaigre, saler et poivrer. Ajouter les olives au mélange. Egoutter le thon et l'émietter

FINITIONS ET PRÉSENTATION :

Sur quatre moitiés de pain, disposer des rondelles de tomates et des feuilles de salade. Répartir par-dessus le mélange de légumes. Ajouter les filets d'anchois, le thon et les œufs de caille. Poivrer. Refermez les pains en les pressant légèrement. Les laisser reposer dix minutes avant de servir.

Ален Дюкасс Вершина совершенства

В МИРЕ ГАСТРОНОМИИ ОН - ВЫДАЮЩАЯСЯ ЛИЧНОСТЬ. УЖЕ НА ПРОТЯЖЕНИИ МНОГИХ ЛЕТ, АЛЕН ДЮКАСС - НЕ ТОЛЬКО ТАЛАНТЛИВЫЙ ШЕФ-ПОВАР СО ЗВЁЗДНЫМ ОРЕОЛОМ.

© T. Dhellemmes



Создатель ресторанов, современных гостиниц, учитель и издатель, он посвящает свой опыт искусству, которым хотели бы овладеть многие, искусству хорошей французской кухни. Свой кодекс чести он резюмирует в 12 качествах: увлечение, удовольствие, участие, гармония, качество, точность, любопытство, превосходство, уважение, дерзость и память. Встреча с Князем шефов... и шефом князей.

Монако и Вы - это красивая «история любви»?

Это - красивая история, которая длится уже на протяжении 25 лет. Когда я приехал сюда в 1987 г., то был поражён красотой Ривьеры и решил остаться здесь. Я также был тронут доверием ко мне Князя Ренье III и Князя Альбер II.

По-Вашим словам: «Всё в ресторане: кухня, атмосфера, стиль - должны быть в гармонии с местом, где он находится.» Рестораны Louis XV и Trattoria представляют разные стороны Княжества? В чём их различие?

Да, все мои рестораны вдохновлены местом, где они находятся. Рестораны Louis XV и Trattoria по-разному выражают душу Монако, и, в частности, Ривьеры. Обстановка может быть элегантной или непринуждённой, меню - изысканным или самым простым, все эти рестораны дают различные интерпретации средиземноморской кухни.

Оба ресторана имеют свою собственную концепцию. В этом и заключается Ваша сила, изобретать отличные друг от друга кухни, оставаясь при этом Аленом Дюкасс?

Это то, к чему я стремлюсь. По большому счёту, я работаю над каким-либо продуктом. Природа даёт нам свои лучшие продукты и ролью шеф-повара является возвеличить их вкус. Такой подход, несомненно, является фундаментальным во всём, что я делаю в моих ресторанах.

Есть ли у Вас ещё проекты в Монако?

Продолжать это красивую историю любви с Княжеством ещё 25 лет!

NEW

A swiss exclusivity at Clinic Lémanic

Bio Hair Implants

WITHOUT SURGERY

- ✓ Immediate results
- Natural aspect
- For men & women



Clinic Lémanic international prize winner 2010 & 2012 :
2012 : IPPP prize, UNESCO - Paris,
«Mérite au Développement des Technologies en Médecine et en Esthétique»
2010 : Trophée Cristal, «Meilleure Clinique Esthétique d'Europe»

History shows that Provence is the oldest of France's vineyards, and rosé, the oldest known wine.

L'histoire l'atteste, la Provence est le plus ancien des vignobles français, et le rosé, le plus ancien des vins connus.

LA VITICULTURE PROVENÇALE ROSE

Provence, the leading producer of AOC rosés (40% of national production), has embraced this color as its specialty and forged its abiding association with a friendly, festive lifestyle. The region is home to estates and other châteaux of established international repute: Château Minuty in Gassin, Les Valentines in La-Londe-les-Maures, Château de Pibarnon in La Cadière-d'Azur, Château Léoube in Bormes-les-Mimosas, Château Roubine in Lorgues... This last vineyard is managed by Valérie Rousselle, one of today's many women winegrowers, who brings an exactitude to her trade that is admired by her male peers. Her Rosé 2013 cuvée Château Roubine has proven quite typically Provençal – the result of nocturnal harvests – and is perfect as an aperitif or to sip with summer cuisine.

THE WINE OF FREEDOM

It was a fad, for a time. Rosé was trendy. Gradually, it became a must. Because it conveys the image of a wine steeped in freedom, unfettered by the shackles of customary codes. Professional winemakers developed this liquid with the same commitment to excellence shown any reds or whites, thus opening doors to allow rosé to find its place in finer establishments. Sylvain Massa, owner of Château Font du Broc, confirms this: "Emphasis has been put on rosé in recent years, with major investments in vinification monitoring technology, to extract the quintessence of Grenaches, Syrahs and Mourvèdres." Rosé has thus gained credibility and acclaim, no longer the poor relation of the wine world. Au contraire – it is, in fact, credited with many qualities and preserves the image it has forged of being a wine of relaxation, but chic relaxation.

WINE

The Côte d'Azur – “the other rosé region” – has an AOC, as well, thanks to Bellet, in Nice, its own modest hillside blessed by the gods. There, one can skip from vineyard to vineyard: Domaine de Toasc, Domaine de la Source, Le Clos-Saint-Vincent, Domaine Saint-Jean... There, too, one encounters professionals who are actively producing very good rosés. All share that passion, one that drives these men and women forward, united, in the same quest. All have that gleam in their eye, that glow of pride when admiring the fruits of their labor. A rosé of a delicate pastel color; a rosé that, in 2014, is readily described as... gastronomique.

Première productrice de rosés AOC (avec 40% de la production nationale), la Provence a fait de cette couleur sa spécialité, l'associant à un art de vivre convivial et festif. Elle compte des domaines et autres châteaux dont la notoriété à l'international est reconnue : Château Minuty à



A hundred acres of Provençal soil, sun, and wind at Château Rasque (1). The Cistercian cellars of Château Font du Broc hold tastings in a distinctive historic setting (2). Château Roubine, a woman-run winery headed by Valérie Rousselle (3).



Cent hectares de terre provençale, du soleil et du vent, voici le Château Rasque (1). La cave cistercienne du Château Font du Broc offre aux dégustations son cadre historique unique (2). Château Roubine, un domaine dirigée par une femme, Valérie Rousselle (3).



Gassin, Les Valentines à La Londe-les-Maures, Château de Pibarnon à La Cadière d'Azur, Château Léoube à Bormes-les-Mimosas, Château Roubine à Lorgues... Ce dernier vignoble est dirigé par Valérie Rousselle, l'une des désormais nombreuses vigneronnes, qui apporte au métier une rigueur que ses confrères admirent. Son Rosé 2013 Cuvée Château Roubine s'avère, grâce à des vendanges nocturnes, très typique de la Provence et parfait pour des apéritifs ou pour accompagner des recettes estivales.

UN VIN DE LIBERTÉ

Il y a eu l'effet de mode ; le rosé était tendance. Peu à peu, il est devenu incontournable. Parce qu'il véhicule l'image d'un vin empreint de liberté et débarrassé du carcan des codes traditionnels. Les professionnels, en le travaillant avec le même souci d'excellence que les rouges ou les blancs, lui ont ouvert les portes des bonnes tables. Sylvain Massa, propriétaire du Château Font du Broc, le confirme : « Ces dernières années, l'accent a été mis sur les rosés, avec de lourds investissements sur des technologies de contrôle de la vinification pour tirer la quintessence des grenaches, syrahs et mourvèdres. » Le rosé a ainsi acquis ses lettres de noblesse et n'est plus le parent pauvre de la planète vin. Au contraire : on lui reconnaît moult qualités et il garde cette image de décontraction, mais de décontraction chic. La Côte d'Azur, « autre pays du rosé » possède, avec Bellet, à Nice, un petit coteau béni des dieux. Là encore, on passe d'un vignoble à l'autre : Domaine de Toasc, Domaine de la Source, Le Clos Saint-Vincent, Domaine Saint-Jean... On y rencontre des professionnels qui participent activement à la production de très bons rosés. Tous ont en commun la passion. Celle qui anime ces hommes et ces femmes unis dans une même quête, épris d'absolu. Tous ont dans le regard cette flamme et cette lueur de fierté lorsqu'ils admirent le fruit de leur travail. Un rosé à la robe plus ou moins pastel, que l'on qualifie volontiers, en 2014, de gastronomique.

WINE



to sample this summer ...

1 - DOMAINE DE TOASC, AOC BELLET ROSÉ 2011

2 - LES VALENTINES, AOC CÔTES-DE-PROVENCE 2012

3 - CHÂTEAU MINUTY, PRESTIGE ROSÉ, AOC CÔTES-DE-PROVENCE 2011

4 - DOMAINE DE LA SOURCE ROSÉ, AOC BELLET 2010

5 - CHÂTEAU DE PIBARNON ROSÉ, AOC BANDOL 2011

6 - CHÂTEAU LE FONT DU BROC ROSÉ, AOC CÔTES DE PROVENCE 2011

7 - CHÂTEAU SAINTE ROSELINE CUVÉE PRIEURÉ CRU CLASSÉ ROSÉ, AOC CÔTES DE PROVENCE

8 - CHÂTEAU ROUBINE CRU CLASSÉ, AOC CÔTES DE PROVENCE

9 - DOMAINE SAINT JEAN ROSÉ, AOC CÔTES DE PROVENCE

10 - CHÂTEAU DE MIRAVAL CUVÉE « PINK FLOYD » ROSÉ AOC CÔTES DE PROVENCE 2007

11 - CHÂTEAU LÉOUBE ROSÉ AOC CÔTES DE PROVENCE

12 - DOMAINES OTT CHÂTEAU DE SELLE ROSÉ CŒUR DE GRAIN AOC CÔTES DE PROVENCE 2010

Is Provence the land of rosé? This wine is now one of the region's specialties: Provence annually produces an average of 152 million bottles of AOC rosé and, in recent years, has inextricably linked rosé with an entire lifestyle. Such dedication has brought the beverage new credibility and rosé now is served in the finest establishments, no longer having any reason to blush about its quality.

La Provence, terre de rosés ? Elle a fait de la production de ce vin l'une de ses spécialités et l'a même érigée, au fil des ans, en art de vivre. Grâce à elle, le rosé a acquis ses lettres de noblesse – la Provence produit en moyenne 152 millions de bouteilles de rosés AOC chaque année – et il s'invite désormais sur toutes les tables sans avoir à rougir de sa qualité.

Available in stores at the Nice-Côte d'Azur Airport

WINE

Жизнь в розовом цвете



КАК ПОКАЗЫВАЕТ ИСТОРИЯ, ПРОВАНС - ЭТО САМЫЙ ДРЕВНИЙ ВИНОГРАДНИК ФРАНЦИИ, И РОЗОВОЕ ВИНО - САМОЕ ДРЕВНЕЕ ИЗ ИЗВЕСТНЫХ ВИН.

Являясь первым производителем розовых вин АОС (от фр. - контроль подлинности происхождения), 40% всего государственного производства, регион Прованс сделал этот цвет своим символом, сочетая его с искусством жить празднично. Здесь находятся имения и замки, известные во всем мире: Замок Minuty в г.Гассан, Les Valentines в г.Ля-Лонд-ле-Мор, замок Ribarnon в г.Ля-Кадьер-д'Азюр, замок Léoube в Борн-ле-Мимоза, замок Roubine в г.Лорг... Владелица последнего виноградника, Валери Руссель, - одна из многих виноделов, придерживающихся строгим правилам этой профессии. Благодаря вечерней сборке урожая, её Rosé 2013 Cuvée Château Roubine, имеет типичный вкус вин Прованса и идеально подходит для закусок и сопровождения летних блюд.

Вино со вкусом свободы

Когда-то розовое вино было модным. Мало-помалу оно стало неизбежным. Поскольку оно - вино со вкусом свободы, не нуждающееся в каких-либо правилах. Виноделы создают его с тем же стремлением к превосходству, что и красное и белое

вина, и тем самым открывают для него двери известных ресторанов. Сильван Масса, владелец замка Font du Gros, подтверждает это: «В последние годы много внимания было уделено розовым винам, с существенными вложениями в технологии производства и контроля вина, чтобы получить наилучшие результаты из гренаша, сира и мурведра. Таким образом, розовое вино приобрело всеобщее признание и заняло достойное место среди остальных вин. Это вино имеет много преимуществ и сохраняет свой непринуждённый, и в то же время элегантный имидж. Лазурный берег, ещё одна родина розового вина, также имеет неповторимые виноградники: имение Domaine de Toasc, имение Domaine de la Source, Le Clos Saint-Vincent, имение Domaine Saint-Jean... Здешние виноделы активно участвуют в производстве превосходных розовых вин. Их общие черты - любовь к своей профессии, объединяющей их в одном едином стремлении, и гордость за выполненный труд. В 2014 г. розовое вино, обладающее приятным пастельным цветом, можно с лёгкостью назвать гастрономическим.

MC PLAZA
limousine since 1937

Have you anticipated your transfer back?

MC Plaza, un service sur mesure de véhicules avec chauffeur.
MC Plaza, a premium service of limousines with a driver



Central number for information and reservation: Côte d'Azur Tel. +33 (0)4 92 18 80 80 - Fax +33 (0)4 92 18 80 81
Website: www.mcplaza.fr - E-mail : info@mcplaza.fr - Other agencies in: Paris - Monaco - Marseille - Lyon
Registration 006100010



de GRISOGONO
GENEVE



Louis Julian et Fils
JOAILLIERS à CANNES depuis 1862

71 RUE D'ANTIBES, 06400 CANNES • TÉL. +33 (0)4 93 39 30 68

www.degrisogono.com