

Beau-Rivage



50, 100, 150... On compte les années à la soirée Commerce & Qualité!

De Caran d'Ache à... James Bond, on a fêté des anniversaires, en même temps que le bon goût

Jean-Daniel Sallin

Le Beau-Rivage continue de célébrer ses 150 ans. Et, juste après avoir dévoilé les derniers atours de son Chat Botté, l'hôtel a souhaité inviter les dix-neuf autres membres de l'association Commerce & Qualité à une soirée portes ouvertes. Cette confrérie du bon goût cherche à défendre le savoir-faire et la tradition dans un monde de plus en plus globalisé. Ce sont avant tout des entreprises familiales, basées à Genève, qui poursuivent un certain idéal dans leurs activités: la quête de la qualité!

Mais, parmi ces gardiens du temple, le Beau-Rivage n'était pas le seul à fêter un anniversaire. Ainsi, Caran d'Ache a 100 ans en 2015. Un jubilé qui a inspiré le designer anglais Paul Smith, fidèle du style 849: il a créé dix nouvelles couleurs, exclusivement pour la manufacture genevoise! Carole Hubscher, CEO de la marque, était aux anges, alors que les invités s'essayaient au coloriage antistress sur le stand tenu par l'équipe du Bourg-du-Four.

Chez Scabal, on commémore les 50 ans de... James Bond. Quelques jours avant la sortie de *Spectre*. Le tailleur britannique a pris

1. Ivan Rivier, directeur du Beau-Rivage, entre Serge Bellime et Jean-Luc Vincent, respectivement président et secrétaire général de Commerce & Qualité.
2. SCABAL - Eric Becker, directeur de la boutique, et Julie Labourasse, chef d'atelier.
3. CARAN D'ACHE - Carole Hübscher, CEO de la marque avec son équipe du Bourg-de-Four: Shqipe Gashi, Delphine Renault et Vivane Du.
4. DAMIEN & CO - Démonstration de «sculpture» sur cheveux!
5. BETJEMAN & BARTON - Véronique Gallais et Marie Verdel.
6. THEODORA - Sophie Bianchi, directrice, Isabelle Burdel, créatrice de parfums, et Marie-Hélène Rogeon, propriétaire des Parfums de Rosine.
7. FROMAGERIE BRUAND - Dominique et Carole Ryser.

PHOTOS MAURANE DI MATTEO

l'habitude d'habiller l'agent 007 au même titre que *Gatsby Le Magnifique* ou *Le Parrain*. «Il n'y a que quatre boutiques dans le monde et l'une d'entre elles est à Genève», sourit son directeur, Eric Becker.

On suit Sophie Bianchi à l'étage. Dans une chambre dédiée à l'univers de Theodora - qui célèbre ses dix ans d'existence. On y croise un nez, Isabelle Burdel, trente ans d'expérience, qui crée des parfums pour des hôtels ou pour des particuliers. Il y a aussi Marie-Hélène Rogeon, propriétaire des Parfums de Rosine. Du coup, on sort de là et on voit (sent?) la vie en... rose.



Chlorys déboule sur le marché des cosmétiques avec une égérie suisse

Hôtel des Bergues

Sarah Doudouhi est le visage de cette marque basée à Genève. Première boutique à la rue de Chantepoulet

Il fallait oser! Le terrain de la cosmétique pour femmes est plutôt bien occupé. La concurrence est rude entre les marques et il n'est pas facile de grappiller quelques parts de marché. Il y a trois ans, deux hommes, Esmail Bassirzadeh et Ender Demirtas, ont pourtant décidé de créer une nouvelle marque, suisse de surcroît. Basée à Genève, Chlorys n'a pas fait les choses à moitié: elle débarque avec une gamme complète de 30 produits. «Cette ligne embrasse tout le rituel beauté dont une femme a besoin aujourd'hui», précise Fabrice Vazquez, directeur commercial.

Qu'est-ce qui la différencie des autres? Chlorys utilise la rose des Alpes comme ingrédient actif. «Cette fleur est connue pour ses



Sarah Doudouhi est l'égérie de la marque de cosmétiques suisse Chlorys. Elle a été présentée par Fabrice Marquez et Sébastien Lefay Ducardonnoy, directeur commercial et directeur marketing. DR

propriétés antioxydantes», reprend Fabrice Vazquez. Mais cette «source de jouvence» s'épanouit à une altitude plutôt inhabituelle (entre 1000 et 3000 m) et sa floraison ne dure qu'un mois (juin-juillet). Autant dire que sa production n'est pas des plus simples. «Nous avons mis au point vingt-sept formules, testées en France par 21 femmes pendant 28 jours», précise encore notre homme.

Aujourd'hui, Chlorys est prête à conquérir les marchés. La marque a trouvé un distributeur local, Tchanz, et vient d'ouvrir sa première boutique, à la rue de Chantepoulet à Genève. «La Suisse a un savoir-faire en cosmétique, mais il y a peu de marques Swiss made», note encore Fabrice Vazquez. Lequel a pris soin de choisir une égérie qui correspond parfaitement aux valeurs de Chlorys.

Représentée par l'agence Kai Zen à Lausanne, Sarah Doudouhi est née à Morges et a commencé le mannequinat à l'âge de 14 ans.

«Alors que je cherchais un stage, j'hésitais entre la pharmacie et le secteur bancaire, explique-t-elle. J'ai fini par pousser la porte d'une agence de mannequins pour devenir... bookeuse.» Avec son 1,78 m et ses yeux bleu-vert, la Vaudoise s'est pourtant vite retrouvée devant l'objectif d'un photographe pour un essai. Ce «malentendu» l'a emmenée ensuite de Milan à Dubaï. De Buenos Aires à Munich. Une expérience de vie qu'elle revendique à 100%.

Mais Sarah n'a jamais rêvé d'une carrière de top-modèle. «Je suis une femme avec des formes, j'aime bien la vie, la gastronomie, et, en plus, j'ai toujours refusé de poser pour de la lingerie...» Aujourd'hui, si elle travaille «dans les assurances», la Vaudoise prête son visage d'ange à Chlorys. Parce qu'elle se retrouve dans le message véhiculé par la marque. «J'adore la nature, la montagne, il n'y a pas de paraben dans les produits, je suis comblée.» J-D.S.