



BIG

*Golfe de
Saint-Tropez*

Nº 0

2020



La Ponche, Saint-Tropez

Saint-Tropez, avant le 11 mai 2020,

Saint-Tropez, before May 11, 2020,

Il y a chaque matin, devant ma fenêtre, un ballet que je ne rate jamais. Le pointu passe dans un sens, lâche ses filets, s'arrête un instant et repasse dans l'autre. Au-dessus de lui, les oiseaux s'agitent fiévreusement comme des incantations. Si je suis le bateau à la trace, je me retrouve sur le port où les pêcheurs à bord vendent les poissons qu'ils ont rapportés, directement sur ce quai vide. Je n'ai plus vu ça depuis des années. Et je ne saurais dire combien. La scène a réveillé en moi un souvenir d'enfance : celui de la famille Raggio qui accostait à la jetée de la Ponche et écoulait soles et rougets dans ce minuscule local donnant sur la plage, vendu depuis. Confiné comme les autres - même si l'on s'y sentait plus protégé qu'ailleurs - Saint-Tropez, était en train de redevenir ce "village de pêcheurs" qui n'avait plus rien de l'expression qu'on utilise parfois encore à son sujet. Ce village qui a séduit mon arrière-grand-père dans les années 30, raison pour laquelle - entre autres - je me trouve ici aujourd'hui. Peut-être que même lui n'a pas connu le Saint-Tropez que je vois sous mes yeux? Cette absence

ÉDITO

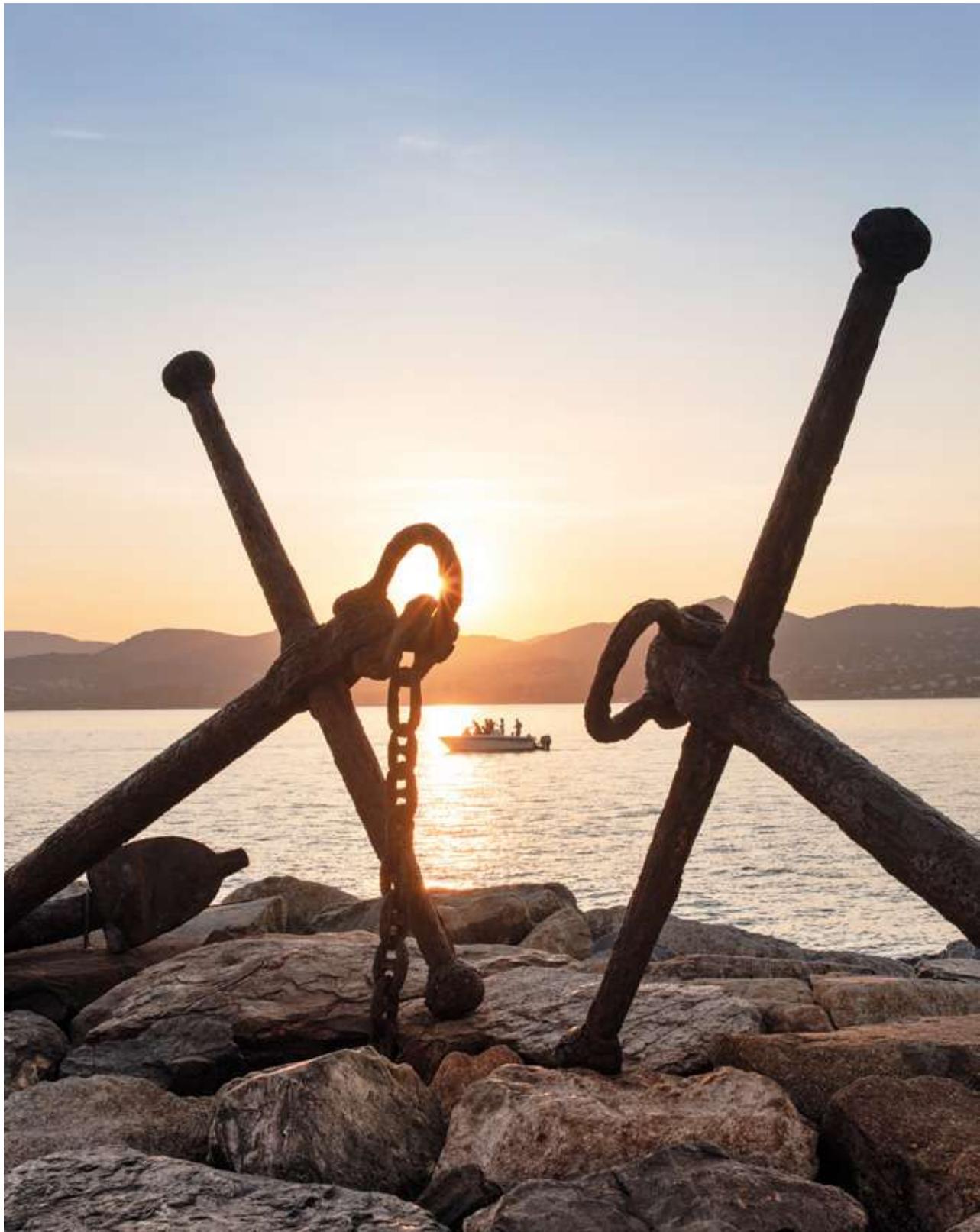
LISA VIGNOLI

d'âme sur le Port, d'un bout à l'autre et en poussant jusqu'au phare. La place des Lices déserte à l'heure de l'apéro. Ces dauphins dans le Golfe, ces paons qui font la roue sans crainte et ces sangliers libérés sur la plage de Pampelonne. Ce silence, toujours, partout, si épais que le clocher semble sonner plus fort que d'habitude et que la moindre voix élevée peut faire sursauter. En temps normal, les terrasses seraient bondées et je n'entendrais pas distinctement les conversations en bas de chez moi. En temps normal, à cette période (mars-avril-mai), tout le village se serait agité, habillé, immobilisé pour cette bravade qui, cette année, n'aurait pas lieu. C'est si rare qu'il est difficile de savoir combien de fois précisément ce rendez-vous immuable a déjà été suspendu. Ça non plus, mon arrière-grand-père qui en a jadis été le chef de file - on dit "capitaine de ville", enfin - ne l'a sans doute jamais vécu. Ou alors c'était pendant la guerre. En temps normal, je n'aurais jamais traversé le village en Rondini et chemise de nuit - un matin tôt certes, mais quand même - pour faire le tour des drapeaux rouge et blanc accrochés aux fenêtres, en hommage à ces journées de célébration qui ne viendraient pas. En temps normal, j'y aurais croisé quelques allumés de la nuit et j'aurais eu peur de passer, dans cette tenue, pour une timbrée de jour. À cette heure-là, les premiers groupes de touristes seraient sur le point de débarquer avec leur guide au bras levé. Les premières tables au soleil, -les meilleures, celles devant l'office du tourisme - seraient déjà prises chez Sénéquier. Et les yachts feraient la queue à la pompe pour se ravitailler en fuel pendant que l'équipage préempterait toutes les tartes aux pommes caramélisées chez Delpui. En temps normal, je n'aurais pas osé l'avouer mais, si je suis honnête, j'aurais aimé que Saint-Tropez reste comme ça. Arrêté, un peu. Pas longtemps. Le plus bel endroit du monde, vraiment. Juste une saison.

A ballet takes place outside my window every morning, which I never miss. The fishing dory passes in one direction, drops its nets, stops for a moment, and then returns the same way. Above, birds swirl feverishly, like so many incantations. And, if I follow the boat's path, my gaze reaches the harbor where fishermen sell their catch directly on the pier. Until recently, I hadn't seen such a scene in years. And I can't say precisely how many. The scene awakens a childhood memory in me: that of the Raggio family, who used to dock at the Ponche pier and then sell their striped red mullet and sole from tiny premises overlooking the beach; premises which have since been sold. Confiné like the rest of the country—even though it somehow feels more protected here than elsewhere—Saint-Tropez has been transforming back into the "fishing village" it had long ago been and is still sometimes called—despite the fact this designation no longer truly applies. It is this village that seduced my great-grandfather in the 1930s, and it is the reason—at least one of them—that I am here today. Or perhaps even he didn't know the Saint-Tropez I now see before my eyes? The lack of souls on the port, which is empty from one end to the other, all the way up to the lighthouse. The Place des Lices deserted at the hour when after-work aperitifs are usually served. The dolphins in the Gulf, the peacocks that spread their feathers without fear, and the wild boars that wander without inhibition on the Pampelonne beach. The silence, constant, everywhere, is so thick that the bell tower seems to ring louder than usual and the slightest raised voice can be startling. Under normal circumstances, the patios would be crowded, and it would be impossible to decipher the conversations being held below. Under normal circumstances, this period (March–April–May) would see the entire town burst into action, dressed to the nines, staking out places for the annual Bravade festivities—which would not even be held this year. This in itself is such a rare occurrence that it is difficult to know how many times this community mainstay has previously been suspended. My great-grandfather, who was once the leader of the Bravade civil guard (or "city captain" as we say here), probably never experienced this either. Or maybe it was also canceled during the war? Under normal circumstances, I would never have gone through the town in Rondini sandals and a nightgown (it was early in the morning, but still) to walk among the red and white flags hung from windows, tributes to celebrations that would never come. Under normal circumstances, I would have crossed the path of the last of the night's revelers and would have been afraid to be deemed a nutcase in this outfit. At that hour, the first groups of tourists would have been preparing to disembark, bunched around tour guides whose beckoning arms would be raised in the air. The first tables to receive the morning sun—the best ones, the ones in front of the tourist office—would already be taken at the Sénéquier cafe. And the yachts would be queuing up at the pump to refuel, while the crews would be calling dibs on the caramelized apple tarts at Delpui. Under normal circumstances, although I wouldn't have dared to admit it, I'd have honestly liked Saint-Tropez to be like this. To stand still, a little. Not for long. Truly, the most beautiful place in the world. Just for one season.



Sentier du littoral - La Croix-Valmer



La Tour des Mouscardins, Saint-Tropez



Poste de secours Patch, Pampelonne-Ramatuelle



Plage de la Moutte, Saint-Tropez



Pablö, Place des Lices, Saint-Tropez

LES RUBRIQUES

Pour découvrir
les meilleures adresses...

BOUTIQUE	29
Le best of des commerces de proximité qui rendent la vie plus belle.	
EAT & DRINK	55
Une délicieuse sélection de plages, restaurants, bistrotts, clubs qui animent notre territoire.	
EXPERIENCES	89
Un ensemble de bons plans pratiques ou insolites qu'on a toujours plaisir à partager.	
HOME	133
Un florilège des plus belles adresses déco, maison, archi et jardin.	
STYLE	143
Un joli choix de lieux dédiés à la mode pour un shopping aux inspirations variées...	

LES RENDEZ-VOUS ÉDITORIAUX

Pour porter un regard neuf
sur le territoire...

IL ÉTAIT UNE FOIS	18
Fragments d'histoires	
GRAND FORMAT	41
De la ferme à la plage	
CARTE SUR TABLE	81
Régine Sumeire	
ARCHITECTURE EXQUISE	118
Latitude 43, le pari de la modernité	

BIG

Éditeur

Philippe Cazilhac

Directeur de la publication

Philippe Conti

Développement commercial

Philippe Cazilhac / 07 77 75 46 83

Greg Gassa / 06 09 98 67 08

Direction artistique

Martin Carrese

Photographie

Philippe Conti

Rédaction

Pierre Psaltis

Agnès Jésupret

Traduction

Jeremy Mercer

Conception web

Josselin Colletta

BIG – Beautiful Insider Guide est édité par la S.A.S BIM édition 35 rue de la bibliothèque 13001 Marseille N° ISSN : En cours

Nous avons choisi de travailler avec l'imprimerie CCI à Marseille qui bénéficie de l'écolabel IMPRIM'VERT. BIG est imprimé sur un papier Munken Rough FSC MIX pour la couverture et un Magno Natural FSC pour les cahiers.



FOREST STEWARDSHIP COUNCIL

CONTRIBUTEURS



AGNÈS JÉSUPRET

Agnès Jésupret est auteure de biographies, rédactrice et réalisatrice de vidéos institutionnelles. Elle écrit pour les autres en choisissant des mots qui leur ressemblent. Elle écrit pour elle aussi (elle a obtenu la bourse “*Brouillon d’un rêve littéraire*” de la Scam pour son premier roman) et quand elle n’écrit pas, elle lit.

Pour BIG, Agnès Jésupret a pensé ses articles comme autant de présentations chaleureuses et sensibles de personnalités hors du commun.



ÉRIC GARENCE

Après une formation juridique à la Sorbonne puis en marketing, Éric Garence rejoint un grand groupe parisien dont il prend la direction de l’agence digitale. En 2016, il retrouve la région niçoise, où il crée sa société d’édition. Éric devient illustrateur officiel de la marque Côte d’Azur France et réalise une grande série d’affiches au look vintage pour le compte de nombreux territoires français. Ses affiches sont disponibles sur la galerie en ligne www.bonjourlaffiche.com ainsi qu’à l’Office de Tourisme de Saint-Tropez. **Pour BIG, Éric Garence a réalisé la quatrième de couverture issue de sa série “Phoenix”.**



JEAN-LUCIEN BONILLO

Jean-Lucien Bonillo a été architecte et historien de l’architecture, enseignant-chercheur HDR à l’École nationale supérieure d’architecture de Marseille et directeur du laboratoire INAMA (Investigations sur l’histoire et l’Actualité des Mutations Architecturales). Spécialiste de l’architecture du XX^e siècle, il a consacré une grande partie de son travail de chercheur à évaluer l’architecture des années de reconstruction et d’expansion en Provence-Alpes-Côte d’Azur et plus particulièrement dans les Bouches-du-Rhône, le Var et les Alpes-Maritimes.

Pour BIG, Jean-Lucien Bonillo propose une histoire du Latitude 43.



JEREMY MERCER

Jeremy Mercer est un écrivain et un traducteur qui a publié quatre livres et plus d’une douzaine de traductions importantes. Après avoir été le traducteur officiel de l’ancien ministre de la Justice Robert Badinter, il s’est concentré sur la traduction culturelle et a traduit pour des organisations telles que MP2013 Capitale européenne de la culture, la Biennale internationale des arts du cirque et Mécènes du sud, ainsi que pour des artistes tels qu’Antoine d’Agata. **Pour BIG, Jeremy Mercer a mis son professionnalisme et sa bonne humeur au service de la traduction du guide.**



LAURENT PAVLIDIS

Laurent Pavlidis est docteur en histoire, et ses thèmes de prédilections sont l’histoire de Saint-Tropez, et plus généralement l’histoire de la marine et de la fortification. Il est responsable du musée d’histoire maritime de la citadelle de Saint-Tropez. Parallèlement à cette activité, Laurent Pavlidis travaille sur la guerre de siège dans les Antilles et participe à la mise valeur de fortifications françaises de l’époque coloniale en Haïti.

Pour BIG, Laurent Pavlidis partage quelques fragments d’histoire de la cité.



LISA VIGNOLI

Lisa Vignoli est journaliste (Vanity Fair, Madame Figaro, M le Monde). Elle est l’auteure de *Parlez-moi encore de lui* (Editions Stock). Son prochain roman, *Leur petite lutte*, sortira en janvier 2021 et débute à La Ponche, ce quartier de Saint-Tropez où elle a passé le confinement et une partie de sa vie. **Pour BIG, Lisa Vignoli a écrit notre édito comme le témoignage du temps suspendu.**



MARTIN CARRESE

Véritable couteau suisse de la création, Martin Carrese est graphiste, directeur artistique et illustrateur. Son expérience et son savoir-faire lui permettent d’intervenir à toutes les étapes de la production, que ce soit en conception, à la réalisation ou à la post-production.

Pour BIG, Martin Carrese réalise la conception graphique du guide et l’illustration du chapitre “Fragments d’histoires”.



PHILIPPE CONTI

Philippe Conti est photographe. Après être passé par l’école du reportage, de la photographie documentaire, ou d’architecture, il se rend compte que le portrait a toujours été là, comme l’essence même de la photographie ou se confond la notion d’identité et de personnage. Fin 2019, avec Philippe Cazilhac et Grégory Gassa, il décide de créer BIG, une revue entre magazine et support de communication de haute facture pour le golfe de Saint-Tropez. **Pour BIG, Philippe Conti a réalisé les photographies qui habillent la revue et notamment les portraits de “métiers”.**



PIERRE PSALTIS

Rédacteur culinaire, journaliste gastronomique depuis 1998, Pierre Psaltis parcourt les routes et arpente les rues des villes et villages de Provence à la recherche des meilleures adresses. Correspondant pour de grands titres de la presse food, il est aussi le fondateur du site le-grand-pastis.com qui fait référence. Son péché mignon : le chocolat. Sa spécialité : les risottos. **Pour BIG, Pierre Psaltis nous fait partager son goût des bonnes et belles choses.**

"On a toujours Mille raisons de soutenir les Sauveteurs en Mer"

Soutenez les Sauveteurs en Mer de Saint-Tropez



**FAIRE
UN DON**

BLANC BLEU

En hommage à la mer...

GALERIE - ATELIER
Place des Lices
Côté Hôtel BYBLOS
SAINT - TROPEZ
04 94 43 00 00



Le caban marin

Le pull cable tricoté à la main



ABÉCÉDAIRE PARCELLAIRE

BLANC BLEU / PATRICK KHAYAT

16

Habilleur, Couturier de la Mer. Fondateur, Directeur Artistique de la marque **Blanc Bleu**.

Navigateur dans l'âme, né le 5 mai 1955 à Paris. Voyageur depuis toujours, en 1970, il part à San Francisco, ramène dans ses sacs et malles de vrais vêtements qui reprennent **vie** au Flea Market de Saint-Ouen. La même année, il arrive dans la presqu'île de **Saint-Tropez**, ébloui par sa lumière et ses **embruns**, il en fera son port d'attache.

Se rêvant en **Corto Maltese**, il crée la marque **Blanc Bleu** en 1979, une marque à l'univers **maritime** : des vêtements intemporels et durables aux couleurs **blancs** d'écume, **bleus** des mers, dont les produits **phares** sont le **pull** câble **tricoté** à la main, le caban marin, le parka mousqueton. Lui, un marin traversant les océans pour retrouver sa muse.

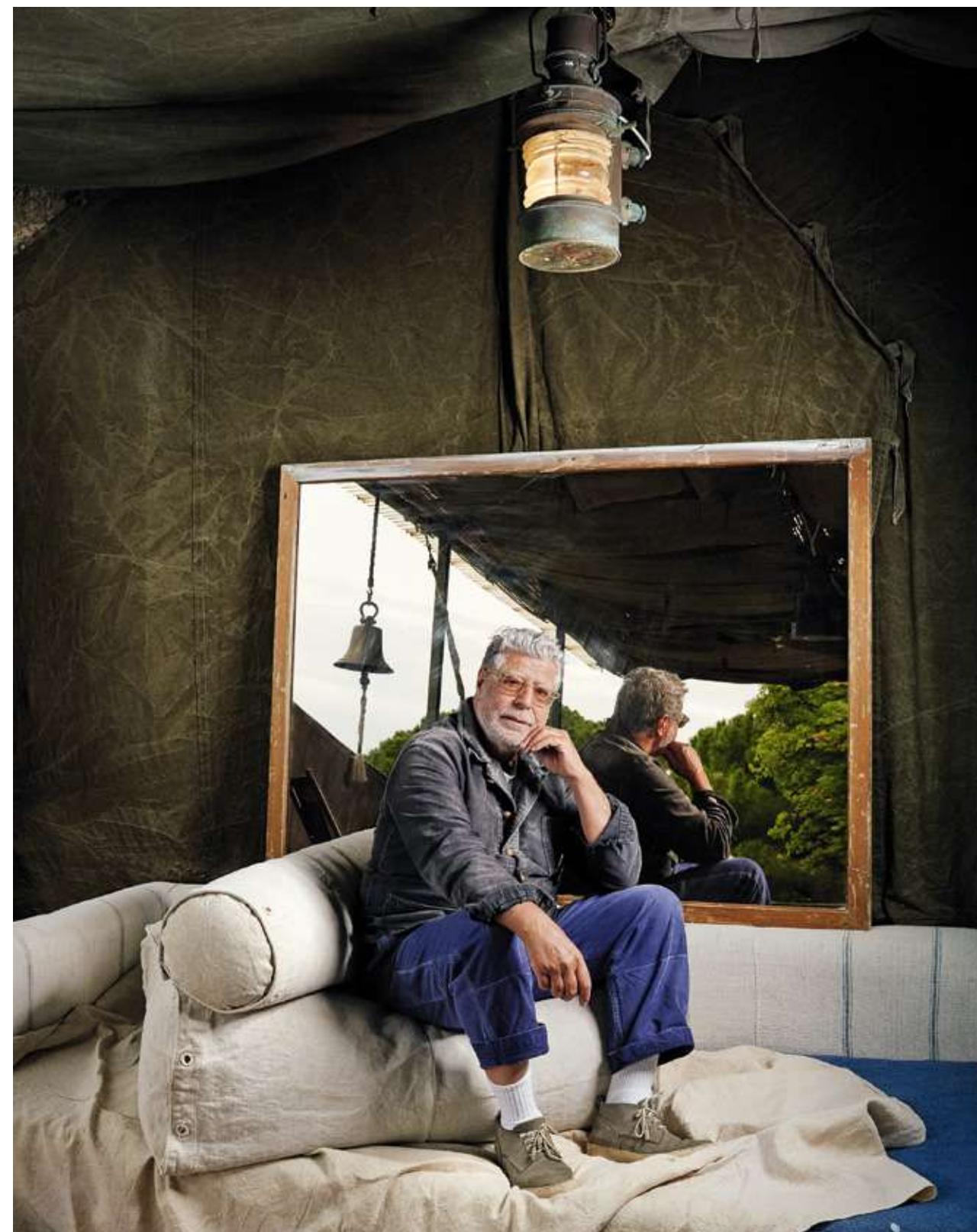
En 1980, il ouvre sa première cabine dans un hangar à bateaux à **Saint-Tropez**. Au cours de ses voyages 55 boutiques-cabines apparaissent dans des lieux de villégiature, des points d'ancrage à travers le monde pour chaque voyageur : Saint-Barthélemy, Saint-Germain des Prés - Paris, Cannes, Marbella, Forte de Marmi, Zylt, East Hampton...

En 1989, il découvre le **voilier Karenita** 1929 qu'il réarme, lui donnant une seconde **vie**, dont les symboles sont l'**ancree** et la quille. Le bateau est toujours l'Ambassadeur de la marque **Blanc Bleu** à travers les **océans**.

Depuis 2010, dans la Maison Atelier Galerie de **Saint-Tropez**, l'imaginaire de Patrick séduit les voyageurs du monde entier qui viennent y trouver des pièces originales avec de réelles fonctions...

A Ancree / Amarres	E Embruns / Ecriture	K Karenita / Ketch	O Ocean / Origine	T Traversée / Tricoter
B Blanc Bleu	F France / Famille	L Lavé par le sel	P Phare / Pull	V Voilier / Vie
C Cap / Corto Maltese	H Hommage / Habilleur	M Maritime / Marco Polo	R Racines / Réutiliser	
	I Ile / Imaginaire	N Navigateur	S Source / Saint-Tropez	

READ IN ENGLISH
P. 168



17



Fragments d'histoires

LAURENT PAVLIDIS

ILLUSTRATIONS
MARTIN CARRESE

READ IN
ENGLISH
P. 26

Non, la célèbre ville de Saint-Tropez n'est pas née dans les années 50 avec l'arrivée des stars. Non, ce ne sont pas ses vedettes qui firent Saint-Tropez comme l'écrivent encore trop souvent quelques journalistes "people". La ville actuelle est vieille de plus de 500 ans, elle a été façonnée, siècle après siècle par ses gens de mer, qu'ils soient pêcheurs, capitaines ou simples matelots. Elle était connue dans tous les ports du monde qui voyaient accoster les capitaines tant réputés de la petite cité provençale.

L'histoire de la ville actuelle de Saint-Tropez débute en 1470, jour où le noble Raphaël de Garesio organise le repeuplement de Saint-Tropez à la demande de Jean Cossa, seigneur suzerain des terres du Golfe de Grimaud. Comme de nombreuses paroisses de Provence, Saint-Tropez avait été délaissée par sa population, victime des guerres, épidémies et disettes, les trois fléaux du Moyen-âge.

Les premiers Tropicains, venus d'Italie ou des villages proches, construisent leurs maisons autour de la tour seigneuriale partiellement démolie, l'actuel château Suffren, place de la Mairie. Imaginons-les charriant les pierres depuis Villevieille, nom qu'ils donnent au village ancien situé sur les hauteurs, sans doute légèrement à l'ouest de l'actuelle chapelle Sainte-Anne, imaginons aussi les bateaux transporter les outils, les tuiles, la chaux. Quant au sable, il provient des plages proches et le bois du massif des Maures.

Ce premier Saint-Tropez se lit encore très bien dans la ville. Il s'étend de la place Garesio à la tour du Portalet. C'est à l'origine un tout petit village avec seulement trois rues : celle du Portalet, celle du puits et enfin, celle du Saint-Esprit qui existent encore. Un livre d'instructions nautiques, appelé portulan, paru dans les années 1470 décrit très sommairement ce premier village les pieds dans l'eau.

Il affirme surtout la vocation maritime du lieu en donnant quelques conseils aux marins : *"Le golfe de Grimaud est un bon lieu pour crocher le fer, le fond est plat et tu y entres, et tu y mouilles l'ancre contre les maisons qui sont sur le rivage et garde-toi de deux écueils qui sont à l'entrée"*. Petit à petit le port se développe et prend le dessus sur celui de Cavalaire pourtant très fréquenté depuis l'Antiquité. La ville connaît un essor remarquable durant tout le XVI^e siècle et attirera marins et négociants.

LE XVI^e SIÈCLE

C'est un siècle où l'on voit les terres de la petite seigneurie locale coincées entre la mer, Gassin et Ramatuelle être mises progressivement en culture. Une agriculture largement basée sur la vigne tant et si bien que la quantité de vin produite s'avèrera rapidement supérieure aux besoins de la population locale. Les Tropicéziens qui regardent déjà vers le large l'exporteront vers les ports provençaux et très probablement italiens.

Ce cabotage représente une part importante de l'économie locale. Les patrons et les capitaines importent tout ce qui manque à commencer par le blé que les terres d'ici ne produisent que trop peu. Mais on importe aussi tout ce que la cité ne produit pas tel que céramiques, tissus, armes, bref tout ce qu'une cité en pleine expansion peut nécessiter. À l'inverse, les marins exportent aussi tout ce que la nature du massif des Maures offre de bois, de liège ou de châtaignes.

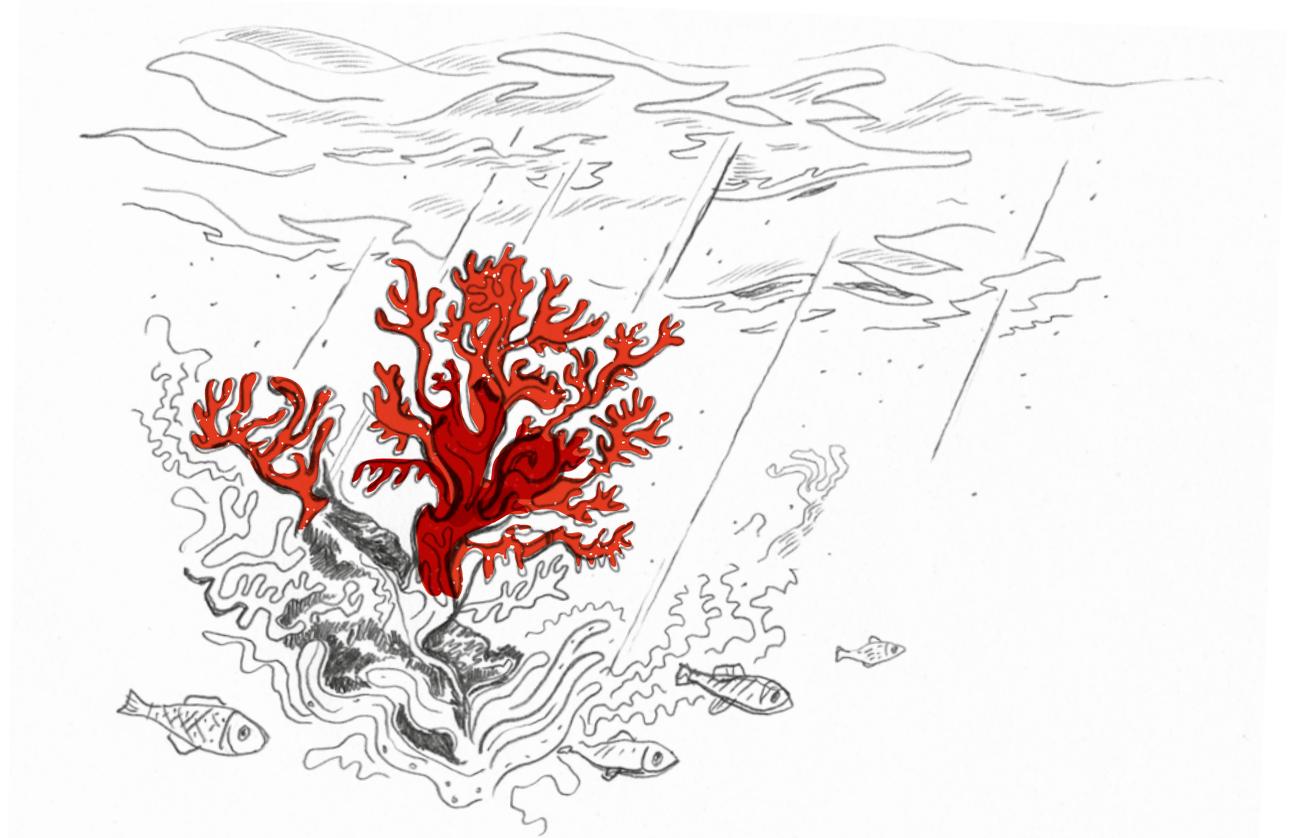
À côté de cette activité de cabotage la pêche se développe. On devrait même dire les pêches tant celle-ci adopte des formes variées. La petite bien sûr qui ramène sur les grèves du port le poisson consommé quotidiennement, puis à partir du XVII^e siècle la grande, celle du thon que l'on pêche avec les madragues, nom que l'on donne aux instruments de

cette pêche mais aussi à la maison-entrepôt de ces pêcheurs. N'est-il pas symbolique que ce nom, qui rappelle une pêche violente qui voit la mer se rougir du sang des thons, soit devenu célèbre dans le monde entier après que la maison de ces pêcheurs a été achetée par Brigitte Bardot, une des plus grandes militantes de la cause animale ?

Il y a aussi la prestigieuse pêche du corail rouge arraché des fonds rocheux de ce massif des Maures qui plonge dans cette mer azur. Pliny l'Ancien, historien romain du 1^{er} siècle de notre ère, écrit dans son Histoire naturelle (XXXII, 11) que le littoral du sud de la Gaule abonde en corail et que celui qui bordent les îles d'Hyères est particulièrement réputé. La pêche se faisait en apnée pour le corail le plus proche de la surface ou plus souvent à l'aide d'une croix de Saint-André sur laquelle était fixée des filets qui accrochaient le corail plus profond. Les Tropicéziens qui étaient spécialistes de cette pêche furent appelés dans les années 1540 par les Marseillais pour aller pêcher cet or rouge sur les côtes d'Afrique du Nord. Le corail participe ainsi à l'enrichissement de la ville qui compte près de 4000 habitants à la fin du XVI^e siècle.

Ne croyons cependant pas que les Tropicéziens de ce XVI^e siècle ne connaissent pas de difficultés. L'installation à Alger dans les années 1510 des frères Barberousse, intrépides marins au service du sultan de Constantinople, inaugure des décennies de pirateries musulmanes sur tous les littoraux chrétiens. Saint-Tropez n'échappe pas à ces déprédations. Nombre de Tropicéziens finissent en esclavage en Afrique du Nord. Certains, à l'image de Vincent Sigismond et d'Antoine Spitarario parviennent à s'échapper en 1592, d'autres comme Barthélémy Magne, esclave à Tunis, meurent en captivité dans les années 1630.

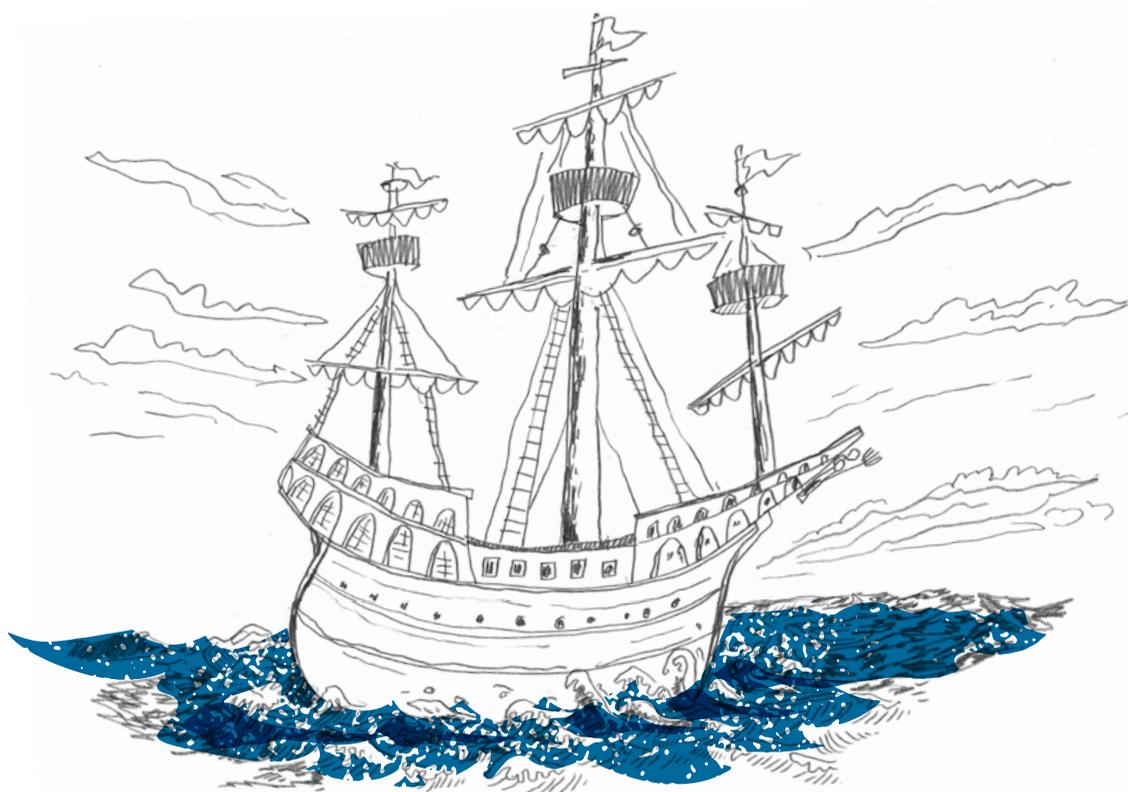
Le littoral du sud de la Gaule abonde en corail



D'autres encore, de gré ou de force, sont convertis à la religion musulmane et deviennent à leur tour corsaires à l'image du jeune tropézien Jacques Fabre capturé à l'âge de 9 ans en 1609, circoncis de force sur le bateau qui le ramène à Tunis. En 1618, il est capturé par les Espagnols alors qu'il navigue sous le nom de Mourad. Ce danger insidieux et quasi permanent qui menace les habitants du littoral et les marins est rappelé par Nostradamus dans l'un de ses célèbres quatrains: "*Non loin du port pillerie et naufrage/ De la Cieutat frapte Isles Stecades/ De Saint Tropicé grand marchandise nage/ Chasse barbare au rivage et bourgades*". Les archives municipales regorgent d'allusions à ce danger. En 1518, les syndics de Saint-Tropez, nom que l'on donnait aux édiles municipaux, écrivent à ceux de Grimaud les informant que des pêcheurs ont repéré 14 voiles de Maures et de Turcs dans les mers des caps Taillat et Lardier.

En 1559, un garde du cap Lardier est tué, trois autres sont enlevés avec une femme et deux enfants. Une nouvelle attaque a lieu au même endroit en 1563 : une douzaine de Provençaux sont enlevés et une rançon immédiatement demandée.

Nous avons là la principale raison du développement de la milice bourgeoise qui existe encore de nos jours à travers le corps de bravade. À l'origine de la ville, ces hommes en arme étaient commandés par le seigneur ou par un homme honorablement connu et capable en cas d'absence du seigneur. À partir des années 1510, le seigneur qui ne réside pas souvent à Saint-Tropez délaisse peu à peu ses obligations militaires. En 1558, les autorités municipales décident de pallier cette défaillance en prenant en charge la défense de la cité en nommant annuellement un capitaine de ville. Si malgré ces dangers le XVI^e siècle reste un siècle d'essor pour la ville et ses habitants, le siècle suivant est un siècle de crises.



Le danger barbaresque est à son apogée

LE XVII^e SIÈCLE

Le bel essor s'enraye en effet. Le danger barbaresque est à son apogée. Une grande partie de la flotte tropézienne est capturée. Les archives nous apprennent que de 1607 à 1625, 22 vaisseaux, tartanes et barques ont été pris ou brûlés par les pirates barbaresques. La ville s'appauvrit et perd près de 1 500 habitants. Le port mal curé se comble peu à peu des terres qui ruissèlent depuis la colline où, depuis les années 1600, une citadelle royale couronne la ville. Mais cette population qui se plaint des malheurs qui touchent sa paroisse est une population trop fière pour accepter cette citadelle, bastion du pouvoir royal, qui les oblige en plus à déplacer sur la colline voisine les moulins qui attendent chaque jour le vent et le blé d'ailleurs.

La situation semble tout aussi catastrophique au milieu du siècle. Dans les années 1660, la flotte ne se résume plus qu'à quelques tartanes et bateaux de pêche. Comme toutes les crises, celle-ci passe et on assiste à une reprise dès la fin du siècle.

LE XVIII^e SIÈCLE

Le XVIII^e siècle est marqué par une nouvelle période de développement durant laquelle les Tropéziens se tournent en nombre du côté de l'Empire ottoman. Les Turcs qui n'ont plus la maîtrise des mers voient leur commerce maritime diminuer. Pour eux, une seule solution, affréter des navires du roi de France, leur seul allié en Méditerranée depuis la signature de la paix entre François 1^{er} et Soliman le Magnifique en 1536. Aussi étrange que cela puisse paraître, dans cet affrontement entre chrétiens et musulmans, ce sont les navires provençaux et notamment tropéziens qui vont assurer la sécurité en mer des biens et des personnes de l'Empire turc. Il faut y voir là l'expérience des marins de la petite cité provençale qui fréquentent depuis bien longtemps tous les rivages de la Méditerranée, de Gibraltar au Bosphore, d'Alexandrie à Marseille.

Les marins de la cité se mettent donc au service des sujets du sultan pour transporter biens et personnes d'un point à l'autre de l'Empire, à l'image de ce que font d'autres marins du littoral provençal.

Les marins qui pratiquent ce grand cabotage, essentiellement dans le bassin oriental de la Méditerranée passent souvent la moitié de leur vie en Orient. Ils sont familiers des ports de Constantinople, de Beyrouth, Smyrne, Alexandrie, La Cannée, Tripoli... Les Trullet, les Allard, les Martin, les Guérin et bien d'autres encore, sont à l'origine de véritables dynastie de capitaines, de père et en fils. Qui se souvient de nos jours que les ancêtres du général Allard pratiquaient ce commerce dans les échelles du Levant ?

Le XVIII^e siècle est également marqué par le système des classes. Cette pratique mise en place par Colbert à la fin du siècle précédent consiste pour l'État à organiser une levée des marins français suivant ses besoins. Ainsi, les vaisseaux du Roi ont des équipages constitués de pêcheurs, d'ouvriers des chantiers navals et des marins du commerce, tous encadrés par des officiers souvent nobles. Saint-Tropez est une pépinière de marins car 6 à 7 hommes sur 10 ont une activité marine. Il n'est donc pas surprenant de les

Les marins de la cité se mettent donc au service des sujets du sultan

voir si nombreux appelés à Toulon pour embarquer sur les bâtiments de guerre. Ils sont plus de 200 à la bataille de Velez-Malaga, le 24 août 1704 durant la guerre de Succession d'Espagne, où la France soutient Philippe V, petit-fils du roi de France Louis XIV et roi d'Espagne contre les autres puissances européennes. L'Escadre du Levant, menée par Louis Alexandre de Bourbon, comte de Toulouse et amiral de France quitte le port de Toulon pour reprendre Gibraltar à l'amiral anglais Rooke.

C'est 10% de la population totale de la ville, plus de 60% des marins de la cité. Ils sont plus de 500 à participer à tour de rôle à la Guerre d'Indépendance américaine de 1778 à 1784, plus d'une centaine à la tragique bataille d'Aboukir qui opposa les flottes britannique et française dans la baie d'Aboukir, près d'Alexandrie en Égypte entre le 1^{er} et le 2 août 1798. On relève les noms de plus de 70 hommes présents au large de la Crimée en 1854. Malgré la baisse du nombre de marins, ils sont encore très nombreux à porter l'uniforme pendant les deux guerres mondiales.

LE XIX^e SIÈCLE

Mais reprenons le fil de notre histoire en abordant le XIX^e siècle. Ce siècle sera marqué par un certain déclin qu'illustre non sans ironie et emphase Eugène Sue dans son roman *La Salamandre* : *“Tranquille et vieux port de Saint-Tropez, patrie d'un brave amiral, du noble Suffren ! Il ne te reste plus de ton ancienne splendeur que ces deux tours, rougies par un soleil ardent, crevassées, ruinées, mais parées de vertes couronnes de lierre et de guirlandes de convolvulus à fleurs bleues... Et toi aussi, l'on peut te plaindre, pauvre port de Saint-Tropez ! Car ce ne sont plus ces fringants navires aux banderoles écarlates qui mouillent dans tes eaux désertes ; non, c'est quelquefois un lourd bateau marchand, un maigre mystic ; et si par hasard, une mince goélette, au corsage étroit et serré comme une abeille, vient s'abattre à l'abri de ton môle, tout le bourg est en émoi”*. Eugène Sue a bien senti qu'une page de l'histoire de la ville était en train de se tourner. Les glorieux voyages en Orient au service des Turcs étaient déjà un lointain souvenir, mais ce que semblait ignorer Eugène Sue, bien qu'amateur éclairé d'histoire maritime, c'est tous ces hommes naviguant sur les mers du globe au fil des côtes africaines ou à destination des Antilles pour des voyages au long cours.

Lorsque son roman parut en 1832, Saint-Tropez se cherchait un avenir, et c'est avec la vitalité des chantiers naval de l'Annonciade que la gloire de la ville renaîtra au milieu du siècle.

Les bricks et les trois-mâts sont réputés dans tous les ports méridionaux du pays.

Alors que les chantiers de La Ciotat et La Seyne se spécialisent dans la construction des vapeurs à coques métalliques, ceux de Saint-Tropez continuent à répondre à la forte demande de voiliers en bois. Les Tropéziens construisent de plus en plus grands. Les bricks et les trois-mâts sont réputés dans tous les ports méridionaux du pays. Les constructeurs tropéziens vendent leurs voiliers aux capitaines de la plupart des ports français méridionaux, d'Agde jusqu'à Antibes. Mais ce sont les armateurs et capitaines marseillais qui achètent les plus belles constructions aux Tropéziens. C'est ainsi, qu'Augustin Fabre, pour ne citer qu'un exemple, le grand armateur de la cité phocéenne des années 1830, achète au constructeur Jacques Bory, un grand trois-mâts de plus de 40 mètres qu'il nomme le Luminy, nom de sa propriété marseillaise.

Dans le même temps, les Tropéziens de la seconde moitié du XIX^e siècle se détournent cependant petit à petit de la mer, mais nombreux sont ceux qui poursuivent encore le métier de leurs ancêtres. Ils passent de plus en plus le détroit de Gibraltar pour naviguer sur toutes les mers du monde à bord de grands trois mâts naviguant de l'océan Indien à la mer de Chine, le long des côtes africaines, de Gorée à Zanzibar, fréquenter les ports de La Havane, New York, Valparaiso ou San Francisco.

Les voyageurs de passage, à l'image de Guy de Maupassant ou ceux qui finissent par se fixer dans le petit port comme le peintre Paul Signac voient surtout chaque jour les pêcheurs revenir à quai faire sécher et remailler leurs filets pendant que les épouses vendent le poisson, en ignorant la vie de ces marins au long cours. Le mythe du charmant petit port de pêche naît ainsi.



Pourtant jusque dans les années 1920 encore, de grands capitaines de la cité commanderont parmi les plus belles unités de la marine marchande française sur les grandes lignes du Havre à New York ou de Marseille à Yokohama. En 1903, c'est même un Tropézien, Ignace Gardanne qui bat le record de traversée entre l'Angleterre et le Chili en 56 jours. Dans ce même temps, la petite cité attire ceux qui recherchent le calme, un bout du monde, isolé du reste de la Provence par le massif des Maures. Émile Ollivier, le dernier chef de gouvernement de Napoléon III ouvrit la voie dès 1862, suivi à la fin du siècle par Octave Borrelli, bey du vice-roi d'Égypte qui fit construire un grand château qui porte encore son nom. La bâtisse couronne encore de nos jours les Parcs de Saint-Tropez. Les peintres, l'histoire est bien connue, mais aussi les écrivains puis les cinéastes après la Première Guerre mondiale s'installent dans la cité et dans le golfe.

C'est ainsi que Saint-Tropez change de visage une nouvelle fois. Rapidement le petit port devient très à la mode à cette époque et le célèbre homme de spectacle Léon Volterra n'y sera sans doute pas pour rien. Il fera l'acquisition en 1926 du château Camarat qui deviendra Volterra où furent accueillis entre autre Raimu avec qui il monta *Marius* de Marcel Pagnol au Théâtre de Paris, ou encore Colette qui commençait à s'offusquer de l'attrait trop touristique que prenait la ville. Volterra deviendra même maire de Saint-Tropez de 1935 à 1941. Le film de Jean Godard *Pour un soir* tourné dans la cité en 1931 avec dans le rôle principal Jean Gabin illustre magnifiquement ce Saint-Tropez des années folles qui perdurera encore quelque temps.

De nombreux autres films seront tournés à Saint-Tropez. On y rencontre des réalisateurs qui viennent raconter une histoire se passant en Provence comme Jean Choux qui tourne en 1929 *La servante* mais aussi plus curieusement ceux qui racontent une histoire dont l'intrigue se passe sous les tropiques. Ainsi, l'origine du nom de la plage de Tahiti est un hommage à la mémoire du tournage du film *Aloha le chant des îles* qui sortira en salle en 1937. L'année suivante c'est *The Beachcomber* qui sort en salle avec dans le rôle principal l'immense acteur Charles Laughton. Après la Seconde guerre mondiale, Saint-Tropez sera plus à la mode que jamais. Les réalisateurs reviennent et dès 1954 sort en salle *les Corsaires du bois de Boulogne* de Norbert Carbonnaux assisté de Georges Lautner. Puis viendra le choc de l'année 1956 avec le mythique film de Roger Vadim *Et Dieu créa la femme* tourné en 1955 et auquel le célèbre club de la plage de Pampelonne doit son nom.

Pour la suite, nous connaissons mieux l'histoire, certainement parce que plus récente, qui verra naître le tourisme de masse et la notoriété de la ville se confirmer. Le monde entier -toutes classes sociales confondues- passe par Saint-Tropez où on lance la mode dans les années 60 et où l'on continue à tourner chefs-d'œuvre et nanars. Le port demeure aujourd'hui le plus célèbre port de plaisance du monde et la presque île reste encore, malgré de réels désordres environnementaux dû à sa surfréquentation, un des coins du littoral du sud de la France les plus préservés et les moins artificialisés. Et on l'aura compris, derrière une image festive se cache une histoire riche et plus secrète, celle de Tropéziens qui génération après génération ont fait le Saint-Tropez d'aujourd'hui.

IL ÉTAIT UNE FOIS...

Fragments of History

26

No, the famous city of Saint-Tropez wasn’t born in the 1950s with the arrival of the stars. No, it wasn’t the celebrities who made Saint-Tropez, as some entertainment journalists still too-often write. The present incarnation of the city is actually more than 500 years old, and over the centuries it has been shaped by its seafarers. Thanks to its fishermen, captains, and crews, Saint-Tropez was renowned in all the world’s ports, and, as a result, some of history’s most admired sailors dropped anchor in this Provençal town.

The history of present-day Saint-Tropez began in 1470 when the nobleman Raphaël de Garesio organized the repopulation of Saint-Tropez at the request of Jean Cossa, the feudal overlord for the Gulf of Grimaud. Like many parishes in Provence, Saint-Tropez had been abandoned by its residents after wars, epidemics, and famines–the three scourges of the Middle Ages.

The first Tropezians arrived from Italy or nearby vilages, and they built their houses around the partially demolished castle tower, which is now the Château Suffren on the Place de la Mairie. Let us imagine them as they carried stones from Ville Vieille, the name they gave to the old village located on the heights, probably slightly west of the current Sainte-Anne chapel. Let us also imagine the boats that carried tools, tiles, and powdered lime. As for the sand, it came from the nearby beaches, while the wood was taken from the forests of the Massif des Maures.

The traces of this early Saint-Tropez can still be seen from the Place Garesio to the Portalet Tower. It was initially a small village with only three streets: rue du Portalet, rue du Puits, and rue Saint-Esprit, all of which still exist today. A book of nautical charts, called a portolan, that was published in the 1470s provides a brief description of this first village that sat at the water’s edge. It also confirms the town’s maritime vocation by offering advice to sailors: *“The Gulf of Grimaud is a good place to hook iron, the bottom is flat, beware of the two reefs that are at the entrance as you go in, and anchor against the houses that are on the shore.”* Little by little, the port developed and surpassed the nearby Port of Cavalaire, which had been active since ancient times. The town experienced remarkable growth throughout the 16th century and attracted both sailors and merchants.

The 16th century

A century passed before the feudal lands located between the sea and the towns of Gassin and Ramatuelle began to be cultivated. Vineyards dominated to the extent that the quantity of wine produced quickly proved to be more than were the needs of the local population. The Tropezians, who were already looking

out to sea, would export it to the ports of Provence and, most likely, Italy.

The town’s coastal trade rights were an essential part of the local economy. The owners and captains imported all the necessities, starting with wheat because it didn’t grow abundantly on the local lands. But they also imported everything that the city did not produce, such as ceramics, fabrics, and weapons; in other words, everything that a city in full expansion required. The sailors also exported everything that the Massif des Maures had to offer, such as wood, cork, or chestnuts.

Alongside this coastal shipping activity, fishing began to develop. One should say the fisheries, as the industry took on many different forms. The small one, of course, that caught the fish the locals ate each day; and then, from the 17th century onwards, the big one that used “madrague” traps to catch tuna. Madrague was also the term used for fishermen’s storage houses. It is oddly symbolic that this name, reminiscent of the violent fishing that once saw the sea redden with the blood of the tuna, became world-famous after one of these fishermen’s homes, La Madrague, was bought by the legendary animal rights activist Brigitte Bardot. The maritime economy also included the prestigious red coral harvesting industry, with the coral torn from the rocky depths where the Massif des Maures met the azure waters of the Mediterranean. In his 1st century work Natural History (XXXII, 11), the Roman historian Pliny the Elder wrote that the coastline of southern Gaul abounded in coral and that the coral found near the islands of Hyères was particularly famous. The harvesting was done by free-diving for the coral closest to the surface or, more frequently, with the help of a “Croix de Saint-André”, a metal cross with nets that was dragged across the seabed to rip up the deeper coral. In the 1540s, Tropezian coral harvesters were recruited by boats from Marseille to capture this red gold off the coasts of North Africa. The coral industry further contributed to the enrichment of the town, which counted nearly 4000 residents by the end of the 16th century.

However, the 16th-century Tropezians did experience difficulties. In the 1510s, the Barbarossa brothers captured Algiers. These intrepid sailors, one of whom became famous as “Red Beard”, were in the service of the Sultan of Constantinople. They initiated decades of Muslim piracy along the Christian coastlines, and Saint-Tropez did not escape these depredations. Many Tropezians ended up in slavery in North Africa. Some, like Vincent Sigismund and Antoine Spitario in 1592, managed to escape; others, like Barthélémy Magne, a slave in Tunis, died in captivity in the 1630s. And others, either willingly or unwillingly, were converted to the Muslim religion and became privateers. This group included the young Tropezian Jacques Fabre, who was captured in 1609 at the age of nine and circumcised by force on the boat that brought him back to Tunis. In 1618, he was captured by the Spaniards while sailing under the name Mourad. Nostradamus

recalls this insidious and almost permanent danger that threatened residents and sailors in one of his celebrated quatrains: *“Not far from the port, plunder and shipwreck / From La Cieutat to the Stecades islands / To Saint Tropé, great merchandise swims / Barbaric hunting on the shore and villages.”* The municipal archives are full of allusions to the threat of pirates. In 1518, the “syndics” of Saint-Tropez, the name given to the town councilors, warned their colleagues in Grimaud that fishermen had spotted the sails of 14 Moorish and Turkish boats in the waters of Cap Taillat and Cap Lardier. In 1559, a guard at Cape Lardier was killed, and three others were abducted, along with a woman and two children. A new attack took place at the same location in 1563: a dozen Provençals were kidnapped, and a ransom was demanded.

This menace was the main reason for the development of the “milice bourgeoise”, the part-time militia that still exists today in the form of the Corps de Bravade. Initially, this civil guard was commanded by the lord or by an honorable man in the absence of the lord. From the 1510s onwards, the lord, who did not often reside in Saint-Tropez, gradually abandoned his military obligations. In 1558, the municipal authorities decided to compensate for this void and took charge of the town’s defense by appointing a “town captain” each year. Yet despite the dangers of piracy, the 16th century was still a century of growth for the town and its residents. However, the following century would be a century of crisis.

The 17th century

The beautiful period of growth now began to slow. Piracy was at its height and a large part of the Tropezian fleet was captured. The archives tell us that from 1607 to 1625, 22 ships, single-mast boats, and barques were seized or burned by the Barbary pirates. The city became impoverished and lost nearly 1500 residents. The poorly dredged port gradually filled with silt. Since the 1600s, a royal citadel had loomed over the town, but despite complaining about the perils they faced, the local population was still too proud to embrace its presence. Not only was it a bastion of royal power, but it also forced them to move the town’s mills and now they sat waiting for the wind to blow and the wheat to arrive from elsewhere.

The situation seemed just as catastrophic in the middle of the century. By the 1660s, the fleet was reduced to a few single-mast vessels and small fishing boats. But, like all crises, this one passed, and a recovery was underway by the end of the century.

The 18th century

The 18th century was marked by a new period of development as many Tropezians turned to the Ottoman Empire. The Turks no longer had control of the seas and had seen their maritime trade decline. For them, the only solution was to charter ships from the King of France, their sole ally in the Mediterranean thanks to the peace treaty signed between François I and Sulei-

man the Magnificent in 1536. Strange as it may seem, since this confrontation unfolded between Christians and Muslims, it was the Provençal ships, and in particular the Tropezian ones, that ensured the maritime safety of the goods and people of the Turkish Empire. It was an endeavor that required the experience of the sailors from this small Provençal town; sailors who had long frequented the shores of the Mediterranean, from Gibraltar to the Bosphorus and from Alexandria to Marseille.

Like other boats based along the Provençal coast, the Tropezian sailors served the Sultan’s subjects by transporting goods and people across the Empire. The local sailors primarily conducted this coastal trade in the eastern basin of the Mediterranean and they often spent half their lives in the east. They would have been deeply familiar with the ports of Constantinople, Beirut, Smyrna, Alexandria, Chania, Tripoli... Some of these sailors would become the heads of great sea-faring dynasties. In families such as the Trullets, the Allards, the Martins, the Guerins, and many others, sons followed in their fathers’ footsteps to become captains themselves. Who remembers nowadays that General Jean-François Allard’s forebearers once practiced this trade in the Levant?

The 18th century was also marked by the “Système des Classes” maritime conscription program. This practice, set up by Jean-Baptiste Colbert during Louis XIV’s reign at the end of the previous century, consisted of the state drafting French sailors according to the needs of the royal navy. As a result, the king’s ships had crews made up of fishermen, shipyard workers, and commercial seamen, all supervised by officers who were mainly from the noble classes. With approximately two-thirds of its men involved in maritime activities, Saint-Tropez was a fertile ground for conscripting sailors. It isn’t surprising that so many of them were called to Toulon to embark on warships. There were more than 200 Tropezians at the Battle of Velez-Malaga on August 24, 1704, during the War of the Spanish Succession, when France supported Philip V–the grandson of Louis XIV–against the other European claims to the Spanish throne. The Levant Fleet, led by Louis Alexandre de Bourbon, Count of Toulouse and Grand Admiral of France, also sailed from the port of Toulon to take back Gibraltar from the Admiral George Rooke of the English navy.

27

It is difficult to overstate the role of Saint-Tropez in the French royal navy. Some battles involved 10% of the town’s population and more than 60% of its active sailors. More than 500 local sailors took part in the American War of Independence from 1778 to 1784, while more than a 100 were involved in the tragic Battle of the Nile between the British and French fleets in the Bay of Aboukir near Alexandria on August 1 & 2, 1798. There were also more than 70 local men present off the coast of Crimea during the Crimean War in 1854. Despite the decline in the number of sailors, many locals were still in navy uniforms during the two world wars.

The 19th century

But let’s go back to the main thread of our story as we approach the 19th century. This century was marked by a certain decline, one that Eugène Sue illustrates vividly, and with a touch of irony, in his novel The Salamander: *“Quiet and old Saint-Tropez, home of a brave admiral, of the noble Suffren! All that is left of your former splendor are these two towers, reddened by a blazing sun, cracked and ruined, but adorned with green ivy crowns and garlands of blue-flowered bindweeds... And you too, poor port of Saint-Tropez, we can also pity you! For it is no longer those dashing ships with scarlet banners that anchor in your deserted waters; no, it is sometimes a heavy merchant ship or a meager skiff; and if luck has it, a thin schooner, with a narrow bodice tight as a bee, comes to collapse in the shelter of your breakwater, and the entire town is thrown into a state of emotion.”* Eugène Sue sensed that a page of the city’s history was being turned.

The glorious voyages in the service of the Turks were definitely a distant memory. Yet even though Eugène Sue was an enlightened connoisseur of maritime history, he seemed to overlook the fact that there were still countless men sailing the world’s seas, from the coasts of Africa to the West Indies. When his novel appeared in 1832, Saint-Tropez was looking for a future, and it would be the vitality of the Annonciade shipyards that helped restore the city’s glory in the middle of the century. While the shipyards in La Ciotat and La Seyne specialized in the construction of steel-hulled steamers, Saint-Tropez met the demand for wooden sailing boats. The Tropezians would build bigger and bigger boats. Their brigs and three-masted sailing ships would gain renown across the country’s southern ports, and Tropezian builders sold their boats to captains from Agde to Antibes. But it was the ship owners and captains of Marseille who bought the most beautiful constructions. For example, in the 1830s, the great shipowner Augustin Fabre purchased a large three-masted ship more than 40 meters long from the builder Jacques Bory, which he named the “Luminy”, after his Marseille property.

While the second half of the 19th century saw many Tropezians gradually turn away from the sea, there was still a considerable number pursuing the trade of their ancestors. They passed through the Strait of Gibraltar to sail the world’s seas aboard large three-masted ships that traveled from the Indian Ocean to the South China Sea, navigated the African coasts from Gorée to Zanzibar, and frequented the ports of Havana, New York, Valparaíso, or San Francisco.Travelers visiting Saint-Tropez, like Guy de Maupassant, or those who ended up settling in the small port, like Paul Signac, mostly noticed the fishermen returning to the quay every day to dry and repair their nets while their wives sold the fish. They were oblivious to the fuller story behind the lives of these seafarers. This is how the myth of the charming little fishing port was born, even though up until the 1920s, captains from Saint-Tropez commanded some of the finest vessels of the French merchant navy on the main lines from Le Havre to New York or from Marseille

to Yokohama. It was even a Tropezian, Léon Ignace Gardanne, who beat the world record by crossing between England and Chile in 56 days in 1903.

At the same time, the small town began to attract those seeking peace and quiet. Émile Ollivier, the last prime minister for Napoleon III, opened the way, succumbing to the charms of Saint-Tropez as early as 1862. He was followed at the end of the century by Octave Borrelli, the one-time governor of Egypt, who had a large castle built which still bears his name. The building crowns the Parcs de Saint-Tropez to this day. The history of the painters in the town is well known, but there were also the writers, and then the filmmakers arrived after the First World War, settling in Saint-Tropez and around the gulf. This is how Saint-Tropez changed its face once again. Soon the little port became very fashionable, and there was a reason that the celebrated showman Léon Volterra was attracted to the town. In 1926, he acquired the Château Camarat, which became the Château Volterra. It was here that he welcomed the actor Raimu, with whom he staged Marcel Pagnol’s *Marius* at the Théâtre de Paris, and the author Colette, who was already beginning to be offended by the town’s touristy nature. Volterra even became mayor of Saint-Tropez from 1935 to 1941. Jean Godard’s film *Pour un soir...!*, which was shot in the town in 1931 with Jean Gabin in the lead role, magnificently illustrates the Saint-Tropez of the Roaring Twenties, a Saint-Tropez that would only last a few more years.Many other films would be shot in the town. Some directors would come to tell a story set in Provence, such as Jean Choux, who shot *La Servante* in 1929. But, more curiously, there would also be those who told stories from the tropics. In fact, Tahiti Beach was named as a tribute to the filming of *Aloha, le chant des îles*, which was released in 1937. The following year *The Beachcomber* was released in theatres with the famous actor Charles Laughton in the leading role. After the Second World War, Saint-Tropez would become more fashionable than ever. The filmmakers returned and in 1954, *Les Corsaires du bois de Boulogne*, directed by Norbert Carbonnaux and assisted by Georges Lautner, was released. Then came Roger Vadim’s legendary film *And God Created Women*. It was shot in 1955, and the famous Pampelonne beach club owes its name to the film.

The rest of the town’s story is more familiar, most certainly because it happened more recently. The birth of mass tourism consolidated the reputation of Saint-Tropez. The entire world, from all spheres of society, would turn to Saint-Tropez, where the newest fashions were established in the 1960s and where masterpieces and lovable B-movies continued to be filmed. To this day, the port remains the most famous marina in the world, and the peninsula remains, despite real environmental degradation due to overcrowding, one of the most preserved and least artificial corners in the South of France. And it is clear that behind this festive, celebrated image lies a rich and more intimate history: that of the Tropezians who, generation after generation, have made the Saint-Tropez of today.



Saint Tropez de Pise
Caius Silvius Torpetius

BIG

Boutiques

Un ensemble de bons plans pratiques ou insolites
que l'on a toujours plaisir à partager.

AUX DEUX FRÈRES

30

Le Tout-Saint-Tropez défile ici pour les fameuses tartes aux fruits qui ont bâti la réputation de la maison. Abricots, pommes, quetsches, figues, poires se déclinent en autant de gâteaux au caramel-brûlé, selon une technique délicate et secrète qui en garantit la saveur. *“C’est l’une des spécialités de Jean-Marc notre pâtissier, sourit Sophie Delpui à l’accueil de ce magasin fondé en 1830. Nos archives stipulent qu’en 1900 c’était déjà une boulangerie”* poursuit Sophie non sans fierté. Ce sont André et Thierry Delpui qui ont repris les rênes de cette maison voilà 35 ans. *“Nous travaillons en famille, poursuit l’épouse de Thierry, avec Andy et Ilona, les enfants de feu mon beau-frère, et Elisa ma fille, assure Sophie. Nous sommes très attachés au caractère artisanal de notre boulangerie qui travaille les farines bio, propose de multiples variétés de pains, des pains sans gluten, des brioches et gâteaux de tradition avec des produits frais et à la traçabilité irréprochable”*. Pas de poudre chez les Delpui : les œufs et le lait frais, le beurre, les fruits cultivés à Grimaud témoignent d’un engagement sans concession pour la qualité. Jour après jour, les Tropéziens, touristes et propriétaires des bateaux amarrés dans le port viennent admirer la devanture blanc-crème aux moulures dorées, classée à l’inventaire des monuments historiques. Dans les vitrines, les pans bagnats, préparés jour après jour à l’huile d’olive AOP de Provence, voisinent avec des sandwiches opulents, des tartes au citron, une gamme d’éclairs à défaillir et, surtout, le fameux *“fondant au chocolat qui a tant de succès”* susurre avec gourmandise Sophie Delpui. Sans oublier les tartes tropéziennes qui contribuent, depuis tant d’années, à la renommée de ce monument de 25 m².

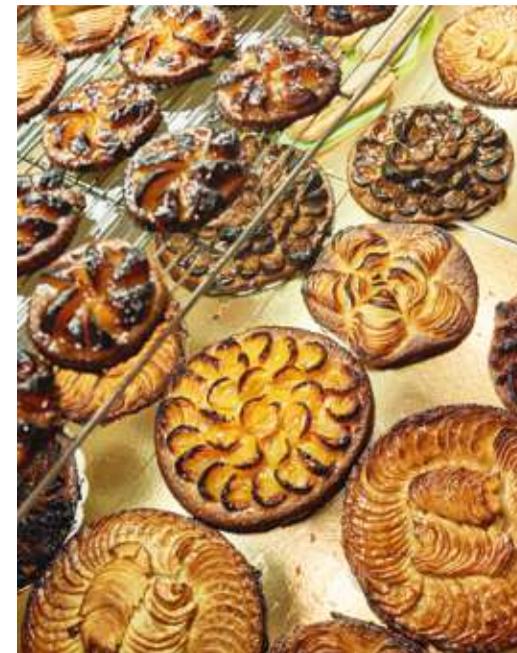


Aux deux frères
3, rue des Commerçants
83990 Saint-Tropez
04 94 97 00 86
Ouvert 7/7 jours en saison



READ IN ENGLISH
P. 168

La famille Delpui veille au respect des recettes ancestrales dans cette boulangerie historique du village. En vitrine, les trésors salés et sucrés sont rangés avec rigueur, des tartes tropéziennes, aux gâteaux en passant par une riche gamme de pains spéciaux. Mais les tartes aux fruits et caramel brûlé restent une spécialité qui porte haut et loin la réputation de cette boutique.



31

En basse saison, c'est la chasse aux vins : Bourgogne, vallée du Rhône, Bordelais, Champagne, Provence... Et quand revient le printemps, c'est dans sa cave, haut lieu de la convivialité tropézienne, qu'Olivier Fuchs partage ses trouvailles avec les habitués et les visiteurs de passage. Voilà un homme qui fait les choses à son image : avec goût et générosité dans une ambiance comptoir. On est là, autour d'une bonne bouteille, et on refait le monde.



LA CAVE D'OLIVIER FUCHS

« Derrière le vin, il y a toujours une histoire d'amitié, de rencontre. Ce qui m'intéresse c'est d'avoir quelqu'un en face de moi qui me parle de son produit, qui me le fasse apprécier, qui me montre ses vignes, ses outils... Quand j'ouvre une bouteille, il y a forcément l'histoire qui va avec. Mon plaisir, c'est de partager avec mes clients ce que j'ai partagé avec le vigneron. J'ai la chance de rencontrer des gens exceptionnels, qui sont amoureux de leur travail, qui parlent de leur vin avec tellement d'émotion... Ma cave, je veux que ce soit un endroit où on se sente bien. Le vin, c'est un moment de partage. Il y a toujours un bout de saucisson sur la table et une bonne bouteille prête à être ouverte ! Je viens d'une famille ancrée à Saint-Tropez depuis Charles Quint, j'ai grandi et fait mes armes Chez Fuchs avant de lancer le Bistrot d'Olivier qui a été Gault & Millau d'or. Je me suis maintenant recentré sur les vins, je livre aussi les hôtels et restaurants tous les jours, matin et soir, pour les deux services. Il m'arrive même de repartir livrer à 22 heures, en express... J'ai des clients sur Marseille, Monaco, Cannes et l'hiver dans les stations de ski. Si les gens ne peuvent pas venir à nous, c'est la Cave d'Olivier Fuchs qui vient à eux ! »

Vins rouges, blancs et rosés

Alcools forts

Épicerie fine

Vente en gros

Livraison

Chipirones, mejillones

et anchois d'Espagne

Charcuterie lyonnaise et italienne

Sardines d'Olivier Fuchs

Caviar de la Maison Kaviari

Foies gras maison pour les fêtes



Cave Fuchs

ouverte de 10h à 14h
et de 17h à minuit

6, rue de la Citadelle
Saint-Tropez

04 94 96 65 71

www.cave-vins-fuchs-sttropez.fr



READ IN
ENGLISH
P. 168

CHEZ THIERRY & FILS

34

C'est l'histoire d'une vénérable maison. Une institution dont Thierry Latini et son fils Romain, sont désormais les dépositaires. Thierry a repris cette enseigne familiale en février 2002 et a transmis son amour du métier à Romain. La dernière boucherie de Saint-Tropez, fondée voilà plus de 100 ans, appartient au patrimoine et doit son succès aux relations que ses propriétaires ont nouées, au fil des années, avec leurs clients. *“Nous travaillons en direct avec nos fournisseurs, explique Thierry Latini en citant cet éleveur de bœuf à Saint-Astier au cœur du Périgord, qu'il visite régulièrement depuis plus de 30 ans. Nous commercialisons également les agneaux de Sisteron et du veau de Corrèze. Nous visitons les élevages et sommes très vigilants au bien-être animal. Pour nous, le respect des gestes traditionnels, c'est essentiel”*. Romain, tout juste 30 ans, a appris le métier au côté de son papa. Il cultive, comme lui, l'esprit de transmission avec le souci de faire évoluer le métier, répondre aux demandes sans jamais sacrifier l'excellence du produit. *“Ce que j'aime le plus, dit Romain Latini, c'est qu'on en apprend tous les jours. Nos clients sont des connaisseurs qui nous demandent le meilleur en permanence”*. Cette année encore, les viandes maturées et les viandes d'exception tiendront le haut de l'affiche : de la viande de bœuf sashi (médaille d'or aux world steak challenge), au wagyu, en passant par la kobe, les maturations peuvent atteindre 90 jours ! *“Nous proposons de belles pièces à griller, de la charcuterie de fête comme les saucisses, chipolata et une gamme de fromages affinés à point”* détaille Thierry Latini pointant un saint-nectaire, un roquefort et un chèvre frais local. La convivialité et l'excellence combinées pour un été savoureux.



Boucherie Chez Thierry & fils

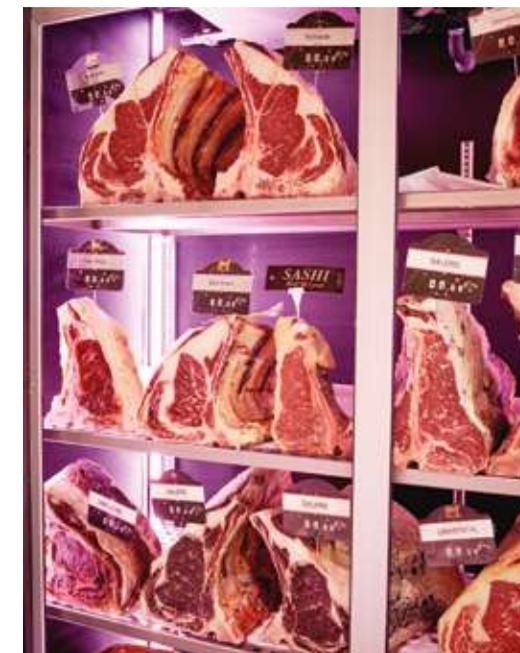
60, rue Georges-Clémenceau
83990 Saint-Tropez
04 94 97 03 28

Mar, Jeu, Ven et Sam :
7h-12h45 et 16h30-19h
Mer : 7h-12h45 / dim : 7h-13h
Juillet-Août : ouvert le lundi am
et dimanche am



READ IN ENGLISH
P. 168

Cette famille de tropéziens anime l'unique boucherie du village. Outre les viandes aux origines certifiées et aux conditions d'élevage garanties du bien-être animal, une belle sélection de fromages français et régionaux complète l'offre. Thierry et Romain, son fils, sont devenus les fournisseurs attirés des familles en quête du meilleur. Une adresse séculaire de connaisseurs.



35

Sur la place aux Herbes, véritable lieu de vie des gens qui aiment les beaux produits (fleurs, vin, légumes et huîtres), La Fromagerie du Marché, est un arrêt indispensable. Épicerie fine, crèmerie de luxe ou fromagerie pointue, appelez-la comme vous voulez mais ne passez pas à côté.



FROMAGERIE DU MARCHÉ

C'est une phrase du Guépard, le film de Visconti, qui vient tout de suite à l'esprit. *"Il faut que tout change pour que rien ne change"*. Fondée il y a trente ans par Carmen et Dominique Tienvrot, La Fromagerie du Marché a rouvert cette année, après le confinement, sous l'égide de nouveaux actionnaires. La différence ? Juste un souffle nouveau et l'envie pour ces récents acquéreurs de maintenir ouverte cette institution de la place aux herbes et ne pas voir s'y installer une nouvelle bijouterie ou une énième franchise comme cela arrive dans ce village prisé des grands groupes. *"Conserver la fromagerie était presque une mission de service public, sourit l'un d'eux. Puisque la mairie ne s'en est pas emparée, nous l'avons fait"* poursuit un des membres de ce triumvirat bienveillant - un parisien, lyonnais et un marseillais - fidèle et amoureux de Saint-Tropez. Pour que rien ne change dans cette institution où se pressent habitués et gens de passage qui le deviendront forcément, le duo de fondateurs - travailleurs passionnés - continuent de s'agiter. Du haut de son laboratoire perché en haut des marches, Dominique se charge, chaque jour, avec un goût certain pour la transmission, de passer le relai de son savoir-faire en formant la nouvelle équipe (dont la jeune Jessica) à ses recettes. Ainsi, des best-seller comme le brie à la truffe - le meilleur de France, soyons honnête - de la crème à la poutargue, de la tapenade d'olives vertes, des pâtes fraîches et des raviolis de l'enfance de beaucoup de jeunes vacanciers devenus grands... (cet article ne comporte pas assez de place pour évoquer tous les produits que l'on voudrait y acheter). Et puisque l'endroit est aussi un état d'esprit, dans la boutique, Florence Montagnier est accompagnée de Carmen et son "savoir choisir" les plus belles tranches de saumon pour le déjeuner, la meilleure burrata pour le dîner, un peu de mélange japonais pour l'apéro et même cette confiture ou ce jus de yuzu que vous ne trouverez qu'ici.



Fromagerie du marché
16 Place aux Herbes
83990 Saint-Tropez
04 94 97 09 81
insta : @fromageriedumarche



READ IN
ENGLISH
P. 169

Dans la boutique organisée comme une grande halle et abritée sous une magnifique charpente, Christine et Laurent Edlinger officient depuis 1994. Leur fils Bastien, 22 ans, les a récemment rejoints dans l'affaire familiale. Lui aussi a baigné tout jeune dans les fruits et légumes, comme son père autrefois. Ici, habitués et touristes viennent rarement par hasard. Ce qu'ils cherchent, ce sont de beaux produits. Ce qu'ils apprécient, c'est le personnel aux petits soins car le plus important dans cette maison reste les clients !



LAURENT PRIMEURS

« **N**otre métier, c'est la terre et les hommes. Le reste, c'est de la littérature ! Un trait d'union entre le producteur et le consommateur final : voilà ce que nous sommes ! Nous devons être à l'écoute des clients tout en étant conscients des problèmes rencontrés par les agriculteurs. Avec eux, nos relations sont basées sur la confiance. Nous avons la même vision du métier. Je travaille avec certains depuis toujours, et parfois même avec leurs enfants qui ont pris la relève ! En résumé : nous avons le respect des fruits et légumes et des gens qui les produisent. Attentifs à leur façon de faire, nous privilégions l'agriculture raisonnée. Dans la boutique, nous aimons bien retrouver les habitués, déguster ensemble un produit, un vin... c'est très convivial. Nos boutiques de Cavalaire et de Sainte-Maxime offrent la même qualité, le même esprit de service et la même convivialité. Et depuis peu, nous avons ouvert une plateforme de commandes en ligne. Burrata des Pouilles, sel de l'île de Ré, miels de pays... du côté de l'épicerie, nous avons aussi une belle sélection de grande qualité. »

*Fruits et légumes
Sélection bio
Épicerie fine
Pâtes
Charcuterie
Glaces
Fromage et crèmerie
Vin et champagne*

READ IN ENGLISH
P. 169



Ramatuelle
220, rue du Colombier
04 94 55 55 00
contact@
laurentprimeurs.fr

Cavalaire-sur-Mer
47, av. Pierre et Marie
Curie
04 94 64 10 07
cavalaire@
laurentprimeurs.fr

Sainte-Maxime
8, place du marché
04 94 49 71 99
stemaxime@
laurentprimeurs.fr

laurent-primeurs.fr



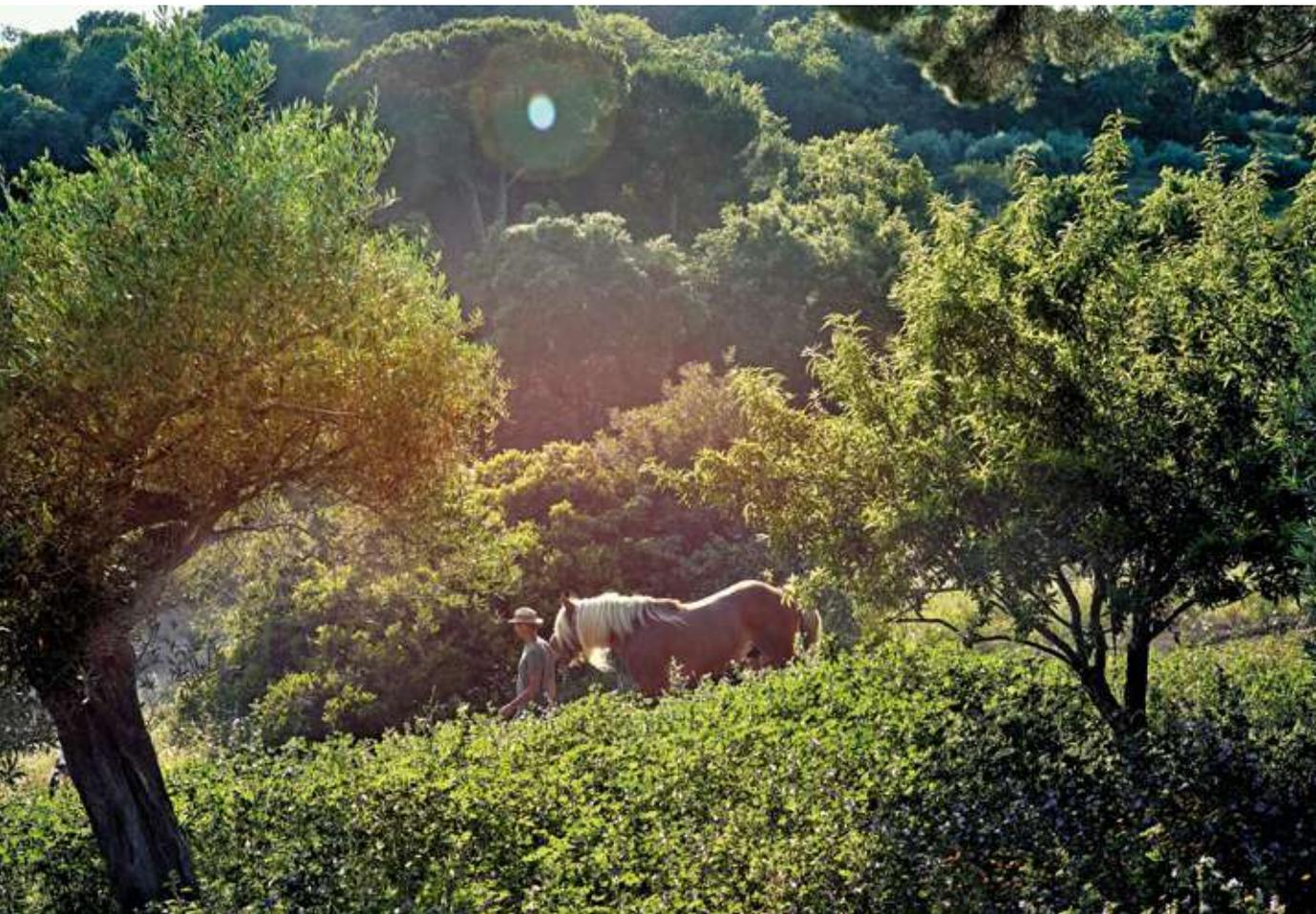
De la ferme à la plage

AGNÈS JÉSUPRET
PHOTOGRAPHIES
PHILIPPE CONTI





« Si vous pensez que l'aventure est dangereuse, essayez la routine : elle est mortelle ! » Cette devise de l'écrivain Paulo Coelho, Patrice de Colmont l'a faite sienne. Proche du philosophe paysan Pierre Rabhi qu'il admire, le plus légendaire des hôtes de Saint-Tropez a choisi d'approvisionner son restaurant, le célèbre Club 55, en produits sains et savoureux cultivés biologiquement dans son domaine du vallon des Bouis. Retour sur une histoire hors du commun.



DU CLUB À LA FERME

C'est à la fin à la fin des années 40 que la famille de Colmont fait son apparition dans la baie de Pampelonne. Bernard de Colmont, ethnologue, documentariste, voyageur touche-à-tout, débarque alors sur la plage. Il est dans un bateau à bord duquel il réalise un documentaire sur le transport des oranges en Méditerranée. Originaire de l'Ariège, il est tout de suite subjugué par la beauté de la baie, il y établira ses quartiers d'été avec femme et enfants pendant les années qui suivront. La famille campe d'abord ici et là sur la plage de Pampelonne avant d'acheter un petit terrain et d'y installer une cahute. Le père déclare alors : *“Quand un voyageur égaré passera, nous lui offrirons l'hospitalité comme on m'a offert l'hospitalité quand je voyageais à l'autre bout du monde.”* Amis, voisins, visiteurs, ils sont nombreux à venir manger autour de la table. Rapidement, Geneviève de Colmont, la mère, finit par s'occuper de nourrir ces nombreux convives improvisés...

Arrive l'année 1955. Vadim tourne *Et Dieu créa la femme* à Saint-Tropez. Sur la plage de Pampelonne, il voit les grandes tablées, les gens heureux, et pense avoir affaire à un bistrot. Il demande à Geneviève si l'endroit peut devenir la cantine de l'équipe : 80 personnes chaque midi ! Elle accepte. Le Club 55 est né.

Quelques démarches administratives plus tard, le lieu devient officiellement un établissement de restauration ouvert au public. Le père, pour affirmer sa singularité, édicte quelques règles. Le contenu des assiettes doit être en lien avec la Méditerranée et la Provence, et la cuisine doit pouvoir être faite par n'importe qui puisque la base des repas sera le produit lui-même ! Autrement dit : des recettes simples mais savoureuses élaborées à partir de produits sains et bons. Lorsque Patrice de Colmont et sa sœur, très attachés comme leur père au terroir, reprennent les rênes du Club 55, cet état d'esprit reste de mise. De fil en aiguille, une idée germe : *"Pour aller au bout de l'idée de notre père, nous devons cultiver nos propres produits ! Le domaine agricole le plus proche du Club 55 était alors la ferme du vallon des Bouïs. Je connaissais bien cet endroit : les propriétaires étaient les parents d'un ami d'enfance."* Le domaine acheté, commence alors une nouvelle aventure. *"Je n'y connaissais rien,*

mais j'avais la fibre du terroir. Je suis parti avec peu de connaissances, beaucoup de convictions et une certitude : moins on s'éloigne de la nature, moins on se trompe !" Nous sommes en 2002. Le vallon est à l'abandon, avec 1 ha de vignes en mauvais état et des oliviers mangés par les herbes. C'est alors qu'entre en scène la famille Drion.

LE NATUREL REVIENT AU GALOP

"Je cherchais quelqu'un pour remettre ce domaine en ordre, on m'a présenté Amélie – qui n'était alors pas encore Madame Drion... Une jeune femme très volontaire, très pragmatique, qui venait de terminer ses études d'agriculture. Je lui ai fait part de mon intention d'avoir des cultures les plus naturelles possibles." Amélie s'engage alors avec énergie dans cette activité. Elle non plus n'a aucune affinité avec la routine ! *"C'était le tout début du bio, à l'école, on ne nous enseignait quasiment rien sur le sujet."* Nicolas Drion, devenu son mari quelques années plus tard, confirme : *"C'était marginal, un truc de barbu hippie qui croise les bras en regardant pousser ses salades ! Les gens avaient une idée très éloignée de la réalité."* *"Pourtant, complète Amélie, quand on refuse d'utiliser des produits chimiques, il y*





a beaucoup plus de surveillance, il faut bien travailler les sols, et le faire à la main ! Engrais verts, désherbage mécanique, compostage, paillage... le bio, c'est un vrai savoir-faire !" Son mari précise : *"Aujourd'hui, tout le monde adopte les techniques que nous utilisons depuis près de 20 ans au domaine ! L'agriculture est vouée à devenir bio quasiment à 100%".* Leur employeur acquiesce : *"Le bio, c'est le service minimum de l'agriculture, mais on peut aller beaucoup plus loin : en adoptant des manières de cultiver et de travailler la terre différentes, par exemple avec un cheval plutôt qu'avec une machine..."* Au domaine des Bouis, le plus fidèle équipier d'Amélie et Nicolas Drion est donc aujourd'hui Astrakan, magnifique cheval de trait, sollicité pour le travail de labour autour des vignes, des oliviers et des potagers. *"Nous n'aurions jamais imaginé travailler un jour avec un cheval."* avoue Nicolas. *"Il nous permet de déraciner les plantes indésirables dans le plus grand respect des pieds de vigne. Avec lui, on ressent ce qui se passe dans le sol, les endroits plus durs, la qualité de la terre... Et contrairement aux tracteurs, il ne tasse pas les sols, ce qui permet à la vie microbienne - notamment aux vers de terre - de se développer et aux sols de rester riches."* *"Ce cheval, ça n'est vraiment pas du folklore!"* conclut Patrice de Colmont.

Rapidement après l'arrivée d'Amélie, le magnifique petit vallon reprend forme : les 500 oliviers donnent de beaux fruits, les 10 ha de forêt sont de nouveau entretenus grâce aux chèvres et aux ânes, et les cultures du domaine obtiennent le label Eco-cert. Patrice de Colmont est fier de cette réussite : *"Comme le terrain est vallonné, nous avons en plus la chance d'avoir des sols particulièrement préservés. Nous contrôlons parfaitement les écoulements d'eau : aucun ne provient de chez un voisin."* *"Nous avons d'abord lancé l'activité viticole, puis le maraîchage, explique Amélie. Mais le domaine et l'activité devenaient trop importants, et j'allais avoir notre deuxième enfant. Nicolas a alors quitté le domaine dans lequel il travaillait pour me rejoindre et nous avons emménagé aux Bouis avec notre petite famille."* Descendus ensemble dans le Sud pour quelques mois, Amélie et Nicolas n'ont pas quitté leur petit vallon depuis 18 ans. Ils ont désormais trois enfants : Jules, 11 ans, Marin, 8 ans et Jeanne, 5 ans. Pour eux, les Bouis est un jardin d'Eden et un terrain de jeu formidable ! Pour la famille, la qualité de vie est inégalable : *"Nous profitons de nos enfants tout en travaillant... c'est idéal pour concilier au mieux vie personnelle et vie professionnelle."*

DE LA FERME AU CLUB

“En tant que restaurateurs, nous avons une grande responsabilité, celle de nourrir les gens sainement. Et celui qui nous permet de faire ça, c’est le paysan. Chez nous, ce sont Amélie et Nicolas !” Patrice de Colmont est heureux d’avoir croisé la route du jeune couple, il y a près de 20 ans. À force de travail et d’investissement, ils ont su valoriser ce domaine comme si c’était le leur. Aujourd’hui, tous les légumes produits à la ferme partent au Club, exception faite de la part destinée à la famille Drion. Le vin, lui est commercialisé en divers endroits. Rouge, rosé et blanc, les trois couleurs en appellation Côtes-de-Provence connaissent un joli succès qui n’a rien de surprenant : Amélie et Nicolas sont tous les deux enfants de vigneron, et l’entretien de la vigne des Bouis et de celle de Ramatuelle, venue compléter le domaine, occupe la majeure partie de leur emploi du temps.

Pour composer les incontournables de la carte du Club 55 - panier de crudités, artichaut vinaigrette, feuilleté de Ramatuelle, salade de Pampelonne, traditionnelle ratatouille - la ferme des Bouis est le

premier fournisseur ! Petits pois, mesclun, salades, choux-raves, noire de Crimée, cœur de bœuf, tomates ananas, fèves, pâtissons, coriandre, basilic, menthe... la grande majorité des légumes et herbes aromatiques proviennent de la production d’Amélie et Nicolas. Pour compléter les assiettes, sont proposés également des poissons grillés et du maïs certifié bio. Une partie du vin est également destiné au Club 55, le reste est vendu au domaine et chez quelques cavistes. L’huile d’olive, pressée sur place dans le moulin des Bouis, est elle aussi disponible à la vente. “Ce printemps, face à la situation exceptionnelle, nous avons organisé un petit marché hebdomadaire dans le domaine. C’est une expérience fantastique, les gens rencontrent ceux qui les nourrissent !” s’enthousiasme Patrice de Colmont qui réfléchit déjà à une manière de systématiser ce rendez-vous entre consommateurs et producteurs...

Depuis, la vie a repris son cours, le Club 55 a rouvert ses portes pour la saison et la formule favorite de Bernard de Colmont reste plus que jamais d’actualité : “Ici la cuisine n’est pas faite par le patron et le client n’est pas le roi parce qu’il est un ami !”



Le vallon des Bouis en chiffres

14 ha de domaine
11 ha de collines
6 ha de vignes
1 ha d’oliviers
0,25 ha de maraîchage

Les dates-clés

1948
Arrivée de la famille de Colmont sur la plage de Pampelonne
1953
Achat du terrain sur lequel se trouve l’actuel Club 55
1955
Tournage du film
Et Dieu créa la femme

2002
Achat de la ferme du vallon des Bouis
2003
Entrée en scène d’Amélie
2012
Arrivée de Nicolas au domaine

From Farm to Beach...



Camille de Colmont...



... au Club 55

“If you think adventure is dangerous, try routine; it is lethal.” Paulo Coelho’s celebrated maxim has been wholeheartedly embraced by Patrice de Colmont. The legendary Saint-Tropezian host and restaurateur is an admirer and friend of the agricultural philosopher Pierre Rabhi, and he has adopted this natural outlook by supplying his renowned Club 55 restaurant with healthy and delicious products that are grown organically on his property in the Bouis valley. Let’s take a look back at this extraordinary story...

First the club, then the farm

The Colmont family appeared in the Bay of Pampelonne in the late 1940s. It was Bernard de Colmont who landed on the beach. He was an ethnologist, documentary filmmaker, traveler, and a jack of all trades who was traveling by boat to make a documentary about the transportation of oranges in the Mediterranean. Originally from Ariège in the southwest of France, Bernard was captivated by the beauty of the bay, and he immediately decided to spend summers there with his wife and children. The family initially camped along the Pampelonne beach, before buying a small piece of land and setting up a hut. Bernard then announced that, *“When a lost traveler passes by, we will offer them hospitality just as I was offered hospitality when I was traveling on the other side of the world.”* Friends, neighbors, and visitors would end up sharing meals with the family, and soon it was the mother, Geneviève de Colmont, who ended up feeding these impromptu guests...

Then the year 1955 arrived. The director Roger Vadim was filming *And God Created Woman* in Saint-Tropez. Seeing the crew and actors sitting at big tables on the Pampelonne beach, Bernard thought it might be a good idea to open a bistro. He asked Geneviève if their place could become the canteen for the film crew: 80 people every midday! She agreed, and Club 55 was born.

After a few administrative formalities, the site became an official public dining establishment. Bernard laid down a few rules so the restaurant would attain his culinary vision. The menu would be devoted to Mediterranean and Provençal cuisine, and the recipes would be easy enough for anyone to cook because the main

feature would be authentic local ingredients! In other words: simple but tasty recipes made from healthy and mouthwatering products. Growing up in this environment, Patrice de Colmont and his sister inherited their father’s attachment to the land, and when they took over the reins of Club 55, they maintained the same natural philosophy. In fact, one thing led to another, and a new project emerged. *“To truly fulfill our father’s ideal, we needed to grow our own produce,”* explains Patrice. *“At the time, the closest agricultural land to Club 55 was the property in a nearby valley, the Vallon des Bouis. I knew the place well because the owners were the parents of a childhood friend.”* The land was purchased and a new adventure began. *“I didn’t know anything about farming, but I understood the spirit of the soil. I started with very little knowledge, but I had a true belief and one main principle: the less you stray from nature, the fewer mistakes you will make!”* This was back in 2002. At the time, the valley was abandoned, with only one hectare of grapevines in poor condition and olive trees that were overwhelmed by grass. And that’s when the Drion family entered the picture.

The natural approach flourishes

“I was looking for someone to get the property back in order, and that was when I was introduced to Amélie, who wasn’t yet Madame Drion... She was a determined and pragmatic young woman who had just finished her agricultural studies. I told her I intended to grow crops in the most natural way possible.” Amélie devoted herself to the farm and, as it turned out, she had no use for routines either! *“It was the beginning of the organic farming era,”* she says, *“at school, we were taught almost nothing about it.”* Nicolas Drion, who would become her husband a few years later, confirmed this: *“It was a marginal activity, there was a cliché of a bearded hippie watching his lettuce grow! People had no idea of the reality.”* Indeed, Amélie says the truth is very different: *“When you refuse to use chemicals, there’s a lot more supervision, you have to work the soil, and do it all by hand! Natural fertilizers, hand weeding, composting, mulching... organic farming requires a true savoir-faire!”* Her husband expands on this: *“Today, everyone is adopting techniques we have been using on the farm for almost 20 years. Agriculture is destined to become almost 100% organic.”* Patrice de

Colmont concurs: *“Organic is just the first step when it comes to agriculture. We can go much further by adopting different ways of cultivating and working the land, for example, with a horse rather than with a machine...”* Today at the Ferme du Vallon des Bouis, Amélie and Nicolas Drion’s most loyal partner is Astrakan, a magnificent draft horse used for plowing around the vines, olive trees, and vegetable gardens. *“We would never have imagined we would work with a horse one day,”* admits Nicolas. *“It allows us to uproot unwanted plants while respecting the vines. With him, you can feel what is happening in the soil: where the ground is harder, the quality of the earth... And unlike tractors, he doesn’t compact the soil, which allows microbial life—especially earthworms—to develop and for the soil to retain its richness.”* *“That horse is far more than some rustic idyll!”* concludes Patrice de Colmont.

Soon after Amélie’s arrival, the magnificent little valley rediscovered its glory. The 500 olive trees now bear beautiful fruit, the 10 hectares of forest are kept clear by goats and donkeys, and the farm’s crops have been awarded the Ecocert label for environmental quality. Patrice de Colmont is proud of this success: *“The terrain is hilly, so we are lucky to have well-preserved soil. We also protect the purity of the soil by controlling the water runoff, none of it comes from neighboring land.”*

“We first started growing grapes for wine, then the vegetables for markets,” explains Amélie. *“But the property and the business activity were growing, and I was going to have our second child. That’s when Nicolas quit his job at another estate, and we moved to Les Bouis full-time with our little family.”* Having come to the South of France with plans to stay for just a few months, Amélie and Nicolas have now lived in the valley for 18 years. They have three children: Jules, 11, Marin, 8, and Jeanne, 5. For them, Les Bouis is a magnificent playground and a veritable paradise! And the quality of life is unbeatable for the entire family: *“We enjoy our children while working... it’s perfect for trying to balance personal and professional life.”*

The farm and Club 55, a symbiotic relationship

“As a restaurant, we have a great responsibility to give people healthy food to eat. And it is the farmers that allow us to do this. For us, that means Amélie and Nico-

las!” Patrice de Colmont is delighted to have crossed paths with the young couple almost 20 years ago. With all their hard work and personal investment, they have cared for the property as if it were their own.

Today, all the vegetables produced on the farm go to Club 55, except for the portion destined for the Drion family. The wines—red, rosé, and white under the Côtes-de-Provence appellation—are a great success, which is not surprising: Amélie and Nicolas are both children of winegrowers, and they are dedicated to the Bouis and Ramatuelle vineyards.

The Ferme des Bouis is the primary source for the most beloved items on the Club 55 menu: crudités, artichoke vinaigrette, Ramatuelle puff pastry, Pampelonne salad, traditional ratatouille... Indeed, the vast majority of vegetables and herbs come from Amélie and Nicolas’ production: peas, mesclun, lettuce, kohlrabi, Crimean black tomatoes, beefsteak tomatoes, pineapple tomatoes, beans, coriander, basil, mint... To complete the menu, grilled fish and certified organic corn are also available. The wine from the farm is served at Club 55, with bottles also available for sale at select wine cellars. The olive oil, which is pressed on-site in the Moulin des Bouis, can be purchased as well.

“This spring, given the unusual health situation, we organized a small weekly market at the property. It’s been a fantastic experience: people meet the people who feed them!” Patrice de Colmont is already thinking about ways to continue these encounters between consumers and producers...

Life has now resumed its course and Club 55 has reopened its doors for the season. Meanwhile, Bernard de Colmont’s original philosophy remains as relevant as ever: *“Here the cooking is not done by the boss and the customer is not the king, because they are friends!”*

The Vallon des Bouis farm

14 hectares of estate
11 hectares of hillside
6 hectares of vines
1 hectare of olive trees
0.25 hectares of vegetable gardens

Key dates

1948

Arrival of the de Colmont family at the Pampelonne beach

1953

Purchase of the land where Club 55 is currently located

1955

Shooting of the film *And God Created Woman*

2002

Purchase of the farm at Vallon des Bouis

2003

Amélie enters the picture

2012

Nicolas’ arrival at the property



Tropical Golf
Azur Parc - Gassin

Big

Eat & drink

Une délicieuse sélection de plages, restaurants, bistrotts,
clubs qui animent notre territoire.



La Figuière

hotel-lafiguere.com

L'ESPRIT MAISON DE FAMILLE

C'est un petit paradis dont on se transmet l'adresse comme un secret... Une maison de famille raffinée à quelques minutes seulement de la plage de Pampelonne, côté cap Tahiti, où Cécile Chaix reçoit ses hôtes au côté de sa mère, Monique Chaix - propriétaire du lieu - avec bonne humeur, dans un esprit épicurien et chaleureux. Retour sur l'histoire d'un lieu unique.

À la fin des années 50, Tropez Beraud, négociant en vin, fait l'acquisition d'un petit vignoble sur lequel se trouve un joli bâtiment de ferme agrémenté d'une tonnelle. Quelques chambres y sont d'abord emmenagées. Le reste des bâtiments est construit au fil des ans, le nombre de chambres augmente. La piscine, puis le restaurant, achèvent de planter un décor idyllique. Aujourd'hui, à l'hôtel La Figuière, ce sont 40 chambres d'inspiration provençale qui sont réparties dans 5 maisons dotées de terrasses. Cécile Chaix, petite-fille de Tropez, a rejoint l'aventure familiale en 2002: "Ma mère avait repris l'hôtel créé par son père au milieu des années 90. J'ai choisi de m'inscrire moi aussi dans le prolongement de ce qu'avait créé mon grand-père. C'est un bel héritage, un lieu chargé d'histoire." Le très joli guide Rivages "Hôtels et maisons d'hôtes de charme" ne s'y est pas trompé : il recommande cette adresse depuis plus de 10 ans! Et depuis toujours, on peut y croiser quelques personnalités venues chercher la sérénité : Helmut Newton, l'artiste César dont le grand-père était très proche, une poignée de grands noms du milieu de la mode... et puis Roman Polanski, qui en parle d'ailleurs dans son livre Roman : "Invité au jury du festival de Cannes 1968, j'emmenai Sharon à Saint-Tropez dans ma Fer-

rari rouge que j'avais fait venir en bateau de Los Angeles. Nous passâmes quelques jours tranquilles à l'hôtel La Figuière." Célèbres ou pas, les invités se sentent tous merveilleusement bien dans ce lieu qu'ils considèrent pour certains comme leur maison de vacances, mais

en mieux : "Ils n'ont rien à faire, juste à se laisser porter ! Nous essayons de rendre leur séjour aussi doux que possible... dans la mesure du raisonnable!" Coiffeur, masseur, pédicure, location de voiture ou de vélo, le sens du service fait partie de l'esprit de la maison.

"Nous avons conservé un caractère authentique et cosu à la fois-carrelage de Salernes, commodes patinées, cotonnades - mais nous y avons introduit quelques éléments plus contemporains, notamment des chaises Masters et Ghost de Starck." Midi et soir, le chef André Fumat, fidèle au poste depuis 21 ans, propose une savoureuse cuisine maison, connaît les habitudes

des clients fidèles et cuit le poisson à merveille. Le rosé qui accompagne ses plats vient du domaine Tropez, exploité par Grégoire Chaix, frère de Cécile. Le tout est servi au bord de la piscine et dans le parc, à l'ombre des mûriers centenaires. Et il se murmure que certains hôtes aimeraient arrêter le temps pour profiter encore et encore du calme et de la sérénité sous les figuiers...

DATES CLÉS

- 1964** Ouverture de l'hôtel avec 8 chambres
- 1968** Séjour de Roman Polanski et de Sharon Tate à la Figuière
- 1991** Reprise de l'hôtel par Monique Chaix, sa fille
- 2002** Arrivée de Cécile Chaix





SAINT-TROPEZ
LA BARAQUE
PLACE DES LICES
★1946★

"SAINT-TROPEZ, la BARAQUE des LICES (depuis 1946) - place des Lices" par Willy KUHN

LA BARAQUE

Cette échoppe d'un bleu unique surfe sur la vague du succès depuis 1946 et figure parmi les plus courues au monde. Stars et anonymes se relaient au comptoir pour un burger, un kebab ou un café. Pierre et Magali, dépositaires du mythe, espèrent le transmettre un jour à leurs enfants

Au fil des saisons, cette petite baraque est entrée dans le patrimoine au point qu'une légende court les ruelles du village de Saint-Tropez, assurant qu'elle serait classée monument historique. C'est ce qu'assurent Pierre et son épouse Magali, qui en sont, tout à la fois, les gardiens et le cœur battant. *"C'est le frère de ma femme qui nous l'a cédée en 2006"*, se remémore Pierre. Un passage de relais familial puisque cette fameuse cabane a toujours fait l'objet de transactions entre Troupéziens. *"À la base, c'est Line Testannière qui a fondé la baraque et ça s'appelait Chez Line"*, raconte Pierre. *"On y venait pour les bonbons à 1 franc et pour les chichis frégis. Elle ne faisait que ça et c'était le passage obligé quand on revenait de l'école"*, dit-il avec émotion. Les générations de propriétaires se sont succédé et la carte s'est enrichie de nouvelles propositions. *"Nous, on propose des crêpes, gaufres, churros pour la partie sucrée et, pour le salé, plusieurs panini, des clubs sandwich, des burgers, kebabs et des pan bagnat"* énumère le propriétaire insistant sur cette baraque ouverte 7 jours sur 7, *"du 1^{er} juin jusqu'aux Voiles"* et 23 heures sur 24.

La nuit, Pierre en a vu de toutes les couleurs, des Rolls Royce Phantom aux campeurs, des clubbers aux dragueurs, *"le monde entier défile devant la Baraque"* s'enthousiasme-t-il rappelant ce soir où il a servi

Bruce Willis et cette *"impressionnante"* rencontre avec Snoop Dog. Mais la nuit la plus marquante restera celle avec Didier Deschamps, escorté de tous les joueurs de la Coupe du monde, venus faire une pause à la Baraque...

La place des Lices est un emplacement stratégique. Le personnel de l'estaminet, sept personnes en tout, s'emploie à servir avec le sourire, vite et bien, une clientèle bouillonnante : *"Le rush c'est midi, 20h et 5h du matin"*, affirme le patron.

Le matin, la dégustation d'un expresso accoudé au comptoir, accompagne le lever du soleil et le chant naissant des cigales dans les platanes. *"J'ignore pourquoi cette baraque a été peinte en bleu, s'amuse Pierre. Mais ce bleu ne peut être changé ; j'achète la peinture chez un professionnel dans le village qui est le seul à me fournir cette teinte"*. Avec

un ticket moyen autour de 10€ boisson sans alcool compris, la Baraque bleu apparaît comme l'un des rapports les plus intéressants des environs. Beaucoup leur ont fait des offres mirobolantes mais Magali et Pierre ont toujours refusé de vendre leur échoppe : *"C'est toute notre vie, notre bébé"*, tranchent-ils en évoquant leurs enfants Oscar, César et Scarlett, respectivement 12, 9 et 5 ans. Peut-être perpétueront-ils un jour la tradition ?

"Cette cabane, c'est toute notre vie"

— PIERRE GUIBERT





LA BOUILLABASSE

Du nom de la baie qui l'abrite, cette plage privée est ouverte toute l'année. De l'accueil au service, Ludo veille à tout et, surtout, au respect des recettes qui ont fait la réputation du lieu, de la bouillabaisse aux calamars persillade. Toute la journée, la plage vit au rythme des familles et amis qui s'y détendent. Admirer ici le coucher de soleil, est un must...

La Bouillabaisse compte parmi les rares plages de la commune de Saint-Tropez. Une adresse où nombre de Tropicains ont pris leurs habitudes de l'aveu même de son propriétaire. Ce spot tire son nom de la baie dite de la Bouillabaisse, le plat éponyme figurant, bien sûr, à la carte de cette plage à l'esprit jeune. Ce repaire d'habitues, qui s'y alanguissent en journée, est aussi devenu au fil des ans the place to be pour profiter du soleil couchant : *"C'est un emplacement de dingue, confesse Ludo, un des rares spots du village où le coucher du soleil est unique"*. Les journées débutent vers 9h30-10 heures, à la fraîche et s'étirent jusqu'à minuit. Transats en journée, chiliennes campées dans le sable pour le soir, DJ et playlist lounge à l'heure des cocktails, la physionomie des lieux est évolutive : *"Je n'aime guère le clinquant, prévient l'hôte de la plage. Aux diamants et à l'inox, je préfère les tables nappées de blanc, le beige et les couleurs miellées du bois"*. La carte du restaurant a fait l'objet d'un soin tout particulier, les produits de saison, les poissons frais pêchés du jour et autres crustacés se taillent la part du lion.

Des salades et propositions végétariennes complètent une offre évolutive au fil des semaines influencée par les pépites dénichées sur le marché. Très sûre pour les enfants, car l'eau y est peu profonde, la plage propose des services aussi précieux que rares comme le parking, le voiturier en soirée et un service de navettes conduisant les clients de leur bateau à la plage. *"Une journée réussie est une journée pleine de rires, où les clients ont pris du plaisir à table"*, assure l'équipe qui se démène pour que chacun reparte avec l'envie de revenir.



Bouillabaisse plage

Départementale 98 A
quartier de la Bouillabaisse
83990 Saint-Tropez
04 94 97 54 00
fb.com/LaBouillabaissePlageSaintTropez
insta : @labouillabaisessainttropez



LE CAFÉ DE PARIS

Pour cette institution tropézienne, Julien et Axel ont imaginé une carte dans la grande tradition de la brasserie française avec un banc de coquillages pour accueillir les amateurs de vagues iodées et fraîches. Nouveau décor, ambiance heureuse, du matin jusqu'à la nuit, le Café de Paris s'enorgueillit d'une carte des vins hexagonaux véritable reflet d'un art de vivre élégant.

66

L'année 2020, un grand millésime pour le Café de Paris. Pour vivre au mieux cet été, l'institution du village a été totalement relookée. Le laiton et les menuiseries en chêne massif dominant, contrastant avec l'orange sellier des murs et les tonalités beige grège de cette vaste salle qui a accueilli tant de stars. Les artisans de cette transformation sont Julien et Axel ; les nouveaux gérants ne seront pas trop de deux pour mener ce navire amiral amarré au quai Suffren. Julien, ex-Bistrot Pastis pendant 7 ans, et Axel, qui a fait les belles heures de Joseph, animent une équipe de quelque 40 personnes, dont 18 en cuisine. Autre nouveauté de l'année, la création d'un banc de coquillages qui feront le bonheur des apéros en mode vin blanc et des plateaux partagés du déjeuner au dîner. *“Nous renouons avec les classiques de la brasserie française”*, affirme Julien, qui cite pêle-mêle l'os à moelle, les rognons, escargots et autre cabillaud vapeur. Pour les desserts, *“le chef, Jean-François Anton, proposera des valeurs sûres comme le pain perdu, les profiteroles et crêpes suzette”* détaille le gérant. Approvisionnements auprès des producteurs locaux, valorisation des circuits courts, produits frais, soulignent le souci de qualité et les soins qu'Axel et Julien ont apporté à leur carte. La cave a aussi été repensée, présentant à la clientèle internationale tout ce que l'Hexagone pouvait proposer de meilleur dans toutes les grandes appellations sans oublier, bien sûr, les valeurs sûres des côtes de Provence. *“Mais on aime beaucoup le JB”*, lancent les gérants en riant. À l'heure du retour de plage, la terrasse aux 150 sièges s'anime, les flûtes de champagne tintent au soleil couchant. Le mobilier de marbre blanc serti de laiton et les banquettes orange annoncent la nuit.



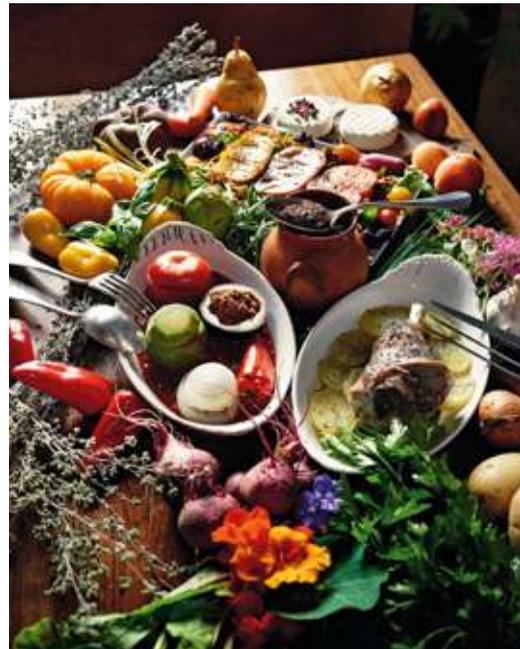
Le Café de Paris
25, quai Suffren
83990 Saint-Tropez
04 94 97 00 56
instagram : @cafedeparis_sainttropez



READ IN
ENGLISH
P. 170

67

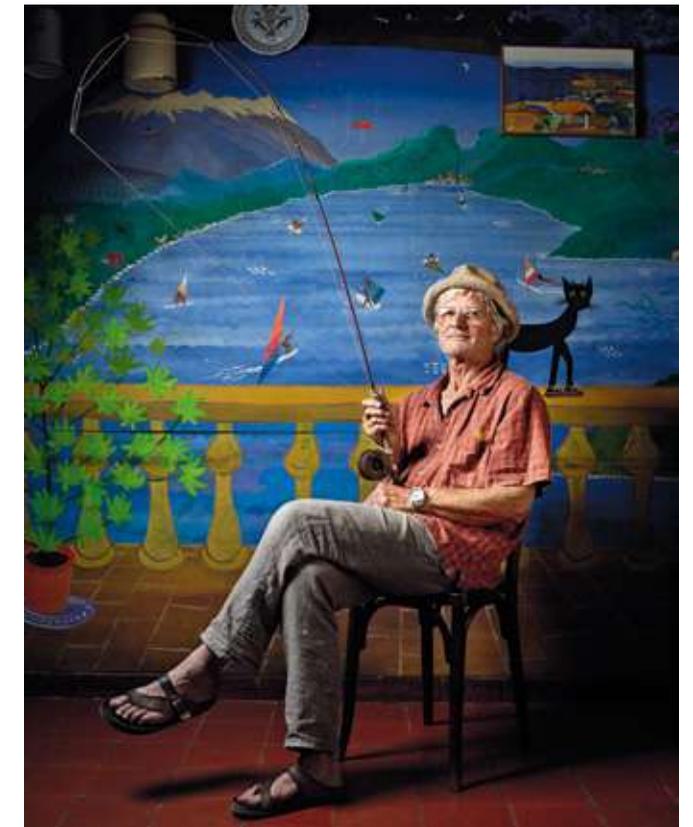




LA FARIGOULETTE

**Une maison de village, une terrasse avec sa tonnelle et une cheminée.
Un décor typique comme un écrin d'une cuisine authentiquement provençale.
Entretien la mémoire des femmes qui lui ont appris le geste et la sensibilité,
Jean-Claude Baldissera invite le monde à sa table. Comme un conservatoire de
la gastronomie locale, la Farigoulette est aussi un repaire d'amis**

Au détour d'une ruelle étroite, enserrée dans les remparts du village, cette table de tradition abrite toutes les passions de Jean-Claude Baldissera et de Frédérique. Au fil des services, Jean-Claude raconte une cuisine provençale composée de pâtes fraîches, de petits farcis et de gigolettes d'agneau au four-pommes de terre confites et cèpes de pays. *“Ce restaurant est un bistrot familial proposant une cuisine de pays, avoue Jean-Claude en train de préparer une daube en cocotte. J'ai grandi en regardant ma mère et ma grand-mère cuisiner, poursuit cet ancien de l'école d'architecture de Luminy à Marseille. Mais mon mentor c'est Elvire, une amie de mon père qui a tenu pendant 60 ans 'la Crèche provençale' dans le Vieux-Toulon. J'adorais la voir faire ses pâtes fraîches devant les clients”*. Aujourd'hui encore, Jean-Claude Baldissera perpétue le souvenir avec sa cuisine ouverte sur la salle, travaillant devant la cheminée afin de garder le contact avec ses clients. *“J'aime la région pour sa beauté et son cosmopolitisme. En été, on accueille le monde entier ici”* poursuit l'artisan passionné de ski qui se réjouit d'accueillir, année après année, des familles entières qui viennent parfois depuis 3 générations. *“Nous recevons ici comme chez nous, tous les objets du restaurants ont été chinés et il y a des cadeaux aussi, comme cette collection de masques africains qu'un client m'a offerte”*. Un poisson en papillote, des îles flottantes aux amandes grillées effilées parfois déclinées aux fraises, aux framboises, la crème anglaise aromatisée à la verveine... L'inspiration guide les gestes du cuisinier qui l'assure : *“La carte change peu mais elle s'enrichit de suggestions quotidiennes inspirées par les trouvailles du marché”*. La cuisine de Jean-Claude a nourri son enfance, elle enchantera vos souvenirs.



La Farigoulette

31, rue Victor-Léon
83350 Ramatuelle
04 94 79 20 49



READ IN
ENGLISH
P. 171

INDIE BEACH

Du haut de ses 4 ans, cette plage hippie-chic invite à la nonchalance et à la communion, pieds dans le sable, avec les éléments. Tobias, Vincent et Raphaël sont les garants d'un mode de vie heureux au rythme du soleil. La carte, qui aligne belles propositions carnées et poissonneuses, s'accompagne de spécialités invitant au partage tout en trinquant à la tequila.

Le soleil se lève sur Indie beach, la lumière qui filtre à travers les canisses et poutres de bois cerné annonce une journée en mode grège ; le lin des sarouels des plagistes respire avec la brise. *“Cette plage reflète nos expériences et voyages en Méditerranée, de l'île de Mykonos aux rives du Levant, explique Tobias Chaix. Indie beach est un lieu inspiré et branché pour les familles et les jeunes, pour la clientèle cosmopolite qui aime Saint-Tropez”* poursuit l'associé de Vincent Luftman et Raphaël Blanc. Les trois amis, âgés de 27 à 30 ans, drivent une équipe de 65 personnes toutes dévouées au bien-être de ses hôtes, de 9h à 1 heure du matin. Les pieds dans le sable, dès la mi-journée, on se régale de grosses pièces de viandes grillées au feu de bois, du bœuf, de l'agneau mais également des poissons pêchés au large et travaillés avec simplicité mais justesse à coups d'aromates et huile d'olive. *“Les clients accompagnent leurs plats de chou-fleur gratiné, de purée de piments Jalapeños et de frites à la truffe râpée, des plats de partage et de convivialité”* se réjouit Tobias qui confesse une faiblesse pour une salade grecque où s'emmêlent féta, tomates, olives noires et oignons. Au rythme de la course du soleil dans le ciel, un DJ distille un mix chamannique invitant à la nonchalance tout en savourant une tequila : *“On est très tequila, s'amuse Tobias Chaix. Nous avons réconcilié les gens avec la tequila”*. Les pieds dans le sable chaud, Indie beach fête cette année ses 4 ans : *“On a reçu un très bon accueil de la part des Tropicéziens et nous entretenons de belles relations avec tous ceux qui vivent sur la plage”*, se réjouit Tobias Chaix qui voit dans son repaire hippie-chic l'illustration même de l'art de vivre en mode “Indie”.



Indie Beach

Route de Bonne Terrasse
83350 Ramatuelle
04 94 79 81 04

www.indiebeach.fr

Insta : @indiebeachpampelonne





LE SALAMA

Fabrice et Frédérique reçoivent chez eux, dans ce restaurant familial aux parfums d'Afrique du Nord. Dans un décor de matières naturelles évoquant les ryads et paysages de l'Atlas, la carte décline les plats star de la monarchie chérifienne. Le personnel, attentif aux moindres demandes, et la chaleur de l'accueil, expliquent ce succès ininterrompu depuis 20 ans

Comme une porte ouverte sur l'Afrique du Nord, dans un décor de palmiers, de murs blanchis et d'artisanat marocain, le Salama entame sa vingtième saison avec toujours le même enthousiasme. *“Ce sont mes parents qui ont fondé ce restaurant à vocation familiale, prévient Frédérique Dorel. Avec mon mari, nous avons conservé son âme d'origine et l'avons enrichi de suggestions gastronomiques année après année”*. Comme une invitation au voyage, le Salama propose une carte de spécialités marocaines, *“beaucoup de poisson frais, une cuisine authentique et traditionnelle”*, insiste Frédérique Dorel. Pastilla au poulet, zaalouk, méchouia et le fameux couscous de blé méchoui-épaule d'agneau entière, grillée au four, sont devenus les plats signature de ce ryad luxueux dont la décoration va puiser dans les matières naturelles. Côté desserts, la pastilla au lait et amandes ainsi que les œufs à la neige à la fleur d'oranger et amandes grillées comptent parmi les plus populaires dans une carte de douceurs toutes plus addictives les unes que les autres. Depuis quelques saisons, les inspirations levantines ont rejoint la carte et nous invitent au Proche-Orient... En salle, une équipe joyeuse se fait connivente avec les tables d'amoureux, joyeuse avec les bandes de copains venus fêter un événement. *“Quel que soit votre âge, vous serez toujours heureux chez Salama, assure Frédérique sans se départir de son sourire. Il y a des tables intimes, des tables ouvertes sur la salle, des ambiances différentes toujours en adéquation avec vos humeurs”* assure la maîtresse de maison. Sous la houlette de Fabrice et Frédérique, les voituriers, serveurs, barman, DJ et cuisiniers cultivent un rare sens du service ; c'est dans ces valeurs que le Salama puise sa popularité.



Le Salama
1, ch. des Conquettes
83990 Saint-Tropez
04 94 96 52 93

**Ouvert tous les soirs
d'avril à octobre**
www.restaurant-salama.com
insta : @salama_saint_tropez

LA FERME DU VALLON DES BOUIS

Ce domaine de 6 ha incarne les rêves d'équilibre et d'harmonie entre l'Homme et la Nature. Patrice de Colmont y produit un vin en trois couleurs, cultive des fruits et légumes, bio, servis aux hôtes du Club 55. Agriculture biodynamique, marché paysan, mise en pratique des principes prônés par Pierre Rabhi... Ici on fait du "local naturellement" se réjouit le propriétaire.

74

Garant de l'insouciance et des bonheurs simples du Club 55, Patrice de Colmont est un homme aux pieds bien ancrés sur terre. Sur sa plage où l'on vient cueillir les plaisirs du soleil et de la mer, on sert à manger : *"La carte est 'provençale en bord de mer' avec des plats non pas cuisinés par un professionnel mais par des gens qui ont à cœur de servir des produits locaux, de saison en résonance avec leur environnement et leur histoire"* confie ce proche de Pierre Rabhi qui a créé, avec ce dernier, un fonds de dotation, destiné à sauver les peuples de la famine en leur permettant l'autonomie alimentaire, dans le respect de la terre. De Colmont a racheté une ferme car il est *"préoccupé par les origines et la culture des produits"*, 6 hectares pour aller au bout d'une philosophie. Aux Bouis, la Nature travaille, aidée par Astrakan, un comtois de labours. *"Les gens ont l'impression qu'avec toujours plus d'argent, on parvient au bonheur"* soupire de Colmont qui puise ses joies dans le vin, l'huile d'olive, le maraîchage : *"La permaculture et la biodynamie donnent de très grands résultats lorsqu'on les applique scrupuleusement"* assure cet autodidacte porté par le seule réussite du marché paysan qu'il organise aux Bouis auquel sont invités des bergers, des éleveurs, le fromager-paysan Loïc de Saleneuve en tête. De Colmont fait du vin mais n'en tire aucune gloire car *"bientôt, on fera de très bons vins partout sur le globe alors que produire des fruits et légumes de grande qualité n'est pas si fréquent"* dit-il. Patrice de Colmont s'est fixé une mission pédagogique, *"je suis un apôtre, dit-il. J'ai choisi les gens les plus difficiles à convertir et je m'efforce de faire le mieux et le meilleur avec leur argent"*. De Colmont, un humaniste, un honnête homme ? Un ami aussi.



La ferme des Bouis
188, chemin des Bouis
83350 Ramatuelle
04 94 95 68 39

www.fermedesbouis.fr
fb.com/fermedesbouis



75



CHÂTEAU DE PAMPELONNE

Marie Pascaud de Gasquet imaginait sa vie au rythme des levers et couchers de soleil en pleine nature. Désormais œnologue du château de Pampelonne, elle perpétue une tradition familiale initiée au début du XIX^e siècle. Au fil des ans, ses rosés sont devenus les hôtes de repas raffinés et nombreux sont ceux qui associent les vins du domaine aux moments heureux de leur vie.



Château de Pampelonne
Marie Pascaud de Gasquet
06 66 95 78 74
09 81 81 82 22

Vente au caveau
182, chemin des Tamaris
Ramatuelle
Vente en ligne
www.chateauampelonne.fr

« À l'école primaire, mes copines s'imaginaient en maîtresse ou en coiffeuse. Moi, je ne me voyais pas enfermée entre quatre murs, je rêvais d'extérieurs et de faire pousser des plantes ». Le destin a entendu la voix de Marie Pascaud de Gasquet et l'a faite œnologue, gérante de cette propriété familiale « depuis toujours... Mon aïeul était marseillais et a reçu cette terre en dot lors d'un mariage avec une jeune Tropezienne, raconte-t-elle. Ils sont arrivés ici en 1822-23, et n'en sont plus repartis ». Le vignoble de Pampelonne couvre 50 ha d'un seul tenant ; bordant la mer, il est labellisé Haute valeur environnementale depuis 2018 à l'initiative de Marie : « Nous avons arrêté les intrants et nous travaillons avec le souci de protéger la faune et la flore. Un label c'est important pour prouver notre engagement » explique-t-elle. Aux premières heures de l'automne, les vendanges nocturnes, manuelles et mécaniques, garantissent la fraîcheur des baies et le bien-être des ramasseurs. Le château de Pampelonne vinifie en trois couleurs mais le rosé domine à 85%. Des robes pâles, avec des extractions limitées au maximum, pour satisfaire une clientèle « de connaisseurs qui apprécient les vins plaisir, les rosés structurés, aromatiques, équilibrés avec une belle tension en finale » détaille Marie Pascaud de Gasquet. Au nez, les rosés de pressurage direct du château de Pampelonne offrent des arômes de fruits à chair blanche ; la bouche charnue et de fruits rouges présente des notes de pêche de vigne intéressantes. Louis prendra-t-il un jour la suite de sa maman ? « Je serai aussi sage avec lui que mon père l'a été avec moi, sourit Marie Pascaud de Gasquet. Je voudrais qu'il fasse du vin par passion, s'il n'a pas la vocation, il ne pourra pas faire ce métier ».

DOMAINE LA TOURRAQUE

Ce vignoble familial est né aux premières heures du XIX^e siècle. Sébastien Craveris, en charge de la commercialisation, et Guillaume, son frère viticulteur et vinificateur, travaillent en bio avec un respect quasi-religieux de la nature environnante. Le public peut venir visiter le domaine, déguster la production et ses nouveautés : un muscat et un rosé grenache-rolle atypiques.

78

« Ici nous pensons à très long terme car nous avons été élevés pour être des agriculteurs, pas des stars », prévient Sébastien Craveris en promenade dans ses 30 hectares de vignes. Avec son frère Guillaume, Sébastien, conduit cette propriété, dans la famille

depuis 1805. Jadis ferme vivant en autarcie, élevant ses animaux et produisant ses propres vins, fruits, légumes et céréales, la Tourraque est ceinte par 50 ha de pinèdes. « Nos grands-parents, Joseph et Odette Brun ont façonné le domaine. Nos parents, Line et José ainsi que mon oncle Alain Brun conservent un lien très affectif avec cette terre » poursuit Sébastien Craveris. Engagé dans une démarche bio depuis 2010, la Tourraque produit 95% de ses vins en AOP côtes-de-provence, le reste en vin de France. Cent mille bouteilles de rosé sont produites chaque année. Fruit d'un assemblage cinsault, grenache et tibouren, la robe saumonée et pâle annonce des vins de gastronomie escortant au mieux les petits farcis et pâtes au pistou. Les blancs, hôtes d'un apéritif sous la tonnelle, sont aromatiques, avec une attaque de fruits blancs, révélant en bouche des notes d'agrumes. Protégé des vents, le vignoble aux rendements faibles, donne des vins de belle concentration. Les deux frères produisent depuis peu une barrique de muscat, soit 400 bouteilles, élevé en barrique d'acacia pour surligner les notes de miel et de fleurs blanches. Vin léger avec très peu de sucre résiduel, il fait merveille à l'apéro et sur des fromages à pâte dure tel le comté. Jamais à court d'idées, les deux trentenaires proposent cet été un rosé grenache-rolle avec un petit élevage en barrique d'acacia. Un vin très frais, de bonne longueur et une étonnante complexité avec des arômes de café vert. Se renouveler sans jamais se renier.



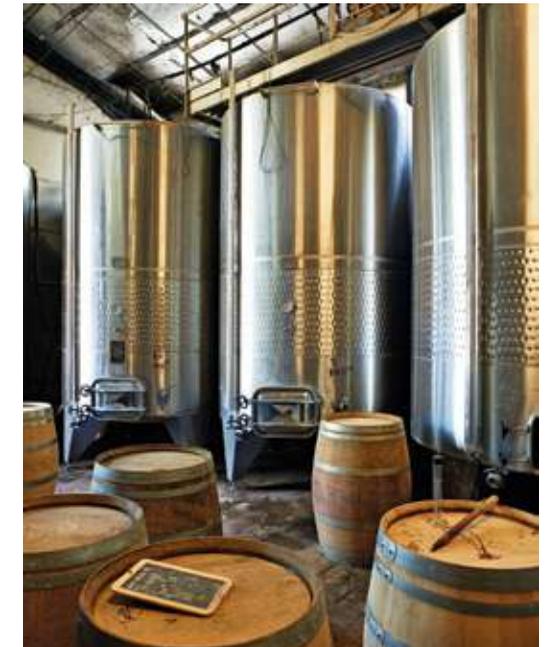
Domaine La Tourraque
2 444, chemin de la Bastide
Blanche
83350 Ramatuelle
04 94 79 25 95

Caveau
34, rue Clémenceau
Ramatuelle
du mardi au dimanche.

Visite du domaine
(sur inscription)
2h de découverte des
vignes, processus
de vinification et
dégustation.
15 €/pers. en français
et en anglais.
www.latourraque.fr
insta : @latourraque



79





Carte sur table

Régine Sumeire

Le vin rosé a conquis le monde parce qu'il a changé de couleur. Sous la houlette de Régine Sumeire, et de ses cuvées Pétale de Rose, le rosé s'est libéré des codes empesés. Sans jamais sacrifier la qualité, il a séduit de nouvelles générations d'amateurs parmi lesquelles beaucoup de femmes, attirées non plus par des robes soutenues mais, au contraire, par des couleurs évanescentes. À la tête des châteaux la Tour de l'Evêque et Barbeyrolles, elle est devenue le porte-étendard d'une gastronomie conviviale. Conquérante et respectueuse des rythmes d'une Nature qu'elle a élevée au grade suprême, Madame de Barbeyrolles est dépositaire d'une tradition familiale. À charge pour elle d'apporter sa pierre à l'édifice et de transmettre son engagement pour le vin et la Provence.

TEXTE
PIERRE PSALTIS
PHOTOGRAPHIES
PHILIPPE CONTI

READ IN ENGLISH
P. 86



Régine Sumeire cultive la sagesse et l'évidence comme des preuves de bon goût. Avec son fameux "Pétale de rose", cette provençale de souche a bouleversé l'univers des vins rosés les invitant à quitter le temps de l'apéritif, pour passer à table. La vie de Régine Sumeire se partage entre les 75 hectares du château de la Tour de l'Evêque, sur les contreforts des collines des Maurettes, et les 12 hectares de château Barbeyrolles, magnifique maison de maître cossue, au pied de Gassin.

"J'ai acheté cette propriété en 1977, raconte Régine Sumeire. Après de multiples visites un peu partout dans la région, j'ai eu un véritable coup de cœur pour Barbeyrolles qui était en totale ruine", se remémore, en guise de préambule, la viticultrice dont les châteaux sont devenus des places fortes du rosé en Provence. En quelques minutes, Régine Sumeire a pressenti ce que la maison et les vignes deviendraient à force de travail. Une vision qui s'avère conforme aux prémonitions, 43 années plus tard.

"Le plus beau compliment ? Ce sont des gens qui disaient ne pas aimer le rosé et avoir été convertis à cette couleur après avoir goûté mes vins"



En hôte soucieuse du bonheur de ses visiteurs, Régine Sumeire fait le tour du propriétaire, pointant du doigt le vignoble "entretenu selon les principes de la biodynamie depuis 2009. Chez nous, on a toujours travaillé avec la nature c'est une tradition, c'est une évidence. À l'époque, il n'existait rien d'autre que le travail en bio" rappelle cette fille et petite-fille de vigneron, diplômée de sciences politiques, d'espagnol et d'histoire. Renouant avec les gestes anciens, la vendange est manuelle, "c'est essentiel dans l'élaboration des vins rosés et blancs qui sont pressés par grappes entières" assure-t-elle.

"Le vin est une preuve de civilisation, assène Régine Sumeire. Dans l'Antiquité, les Grecs et les Egyptiens produisaient déjà des vins sans macération, ce ne pouvait être que des rosés. À la fin du XX^e siècle, les Espagnols, les Italiens et les Grecs encore ont fait adopter l'idée du vin comme un principe de civilisation. Et nous, dans le même temps, nous votions la loi Evin", tonne-t-elle sans se départir de son calme.

De son propre aveu, Régine Sumeire aime les rosés vineux, "des vins délicats, avec de la longueur en bouche, susceptibles d'accompagner un repas. J'aime l'idée que, dégusté à l'aveugle, un rosé se distingue difficilement d'un blanc". Très peu portée sur "les arômes", Régine Sumeire insiste pour que les vins ressentent et racontent leur terroir. Son rosé Pétale de rose, esquissé dès 1982, avance une robe claire et "a longtemps souffert d'un délit de sale gueule mais c'est du passé tout ça. La couleur doit être extraite sans brusquerie ni traitement".

La clientèle très fidèle de Barbeyrolles a découvert ses vins lors de vacances en Provence, retrouvant ses émotions de soleil chaud et de ciel bleu dans les restaurants raffinés de France et du monde, une fois les vacances achevées. Des Antilles à l'Amérique, de la Chine à la Thaïlande en passant par le Japon et la Malaisie, le bannière Sumeire claque au vent sur toute la surface du globe. "Je suis fière que nos vins aient acquis leurs lettres de noblesse, lâche la Dame de



84

Barbeyrolles. Nous avons figuré parmi les douze premiers vignobles qui, en 1987, ont participé à la route des rosés avec mon ami Patrice de Colmont. Nous avons mis en cale tous nos vins pour une traversée reliant Saint-Tropez à Saint-Barth... Nous étions des vigneronnes qui se passionnaient pour le bateau et nous partions porter la bonne parole sur un autre continent”...

Si le rosé représente environ 80% des volumes, Régine Sumeire “essaie” de rétablir l’équilibre en revenant aux rouges et aux blancs, “parce que la Provence est une terre des trois couleurs, sourit-elle. Étonnant pour une icône du rosé ? Elle balaie l’assertion d’un revers de main : “Le vin, ce n’est pas une tirelire mais l’expression d’un terroir et d’une histoire. Et la Provence peut s’enorgueillir de magnifiques terroirs capables de faire naître de grands vins quelle que soit leur couleur”.

Si elle défend la liberté pour chacun d’apprécier ses vins “comme bon lui semble”, Régine Sumeire est catégorique : pas de glaçon dans le vin et une température de service à 13-14°C pour en magnifier les qualités. “Je conseille d’associer les poissons de Méditerranée aux rosés et blancs. Une lotte pochée court-bouillon servie en salade, un poisson au fenouil cuit au four, des gambas à la plancha, un soufflé au jus corsé de crustacés... Tout ceci convient très bien aux rosés de Barbeyrolles. C’est également très pertinent avec une viande de veau ou des ris de veau meurette” poursuit cette épicurienne patentée qui se repaît des grandes tablées, défend la convivialité née de la confrontation des dégustations. Se partageant entre ses deux maisons, la Tour de l’Evêque à Pierrefeu-du-Var, où officie son neveu Pierre-François, et Barbeyrolles à quelques encablures des plages de Pampelonne, Régine



85

De retour au chai, argumentant sur les qualités de tout bon vigneron, “Madame de Barbeyrolles” insiste sur le rapport au temps et le nécessaire sens de l’observation doublé d’une indispensable humilité : “L’observation, c’est la clef de tout. Nous devons observer la nature, respecter ses cycles sans jamais la brutaliser, assène celle qui se reconnaît volontiers maniaque et exigeante. Etre pressé ou ne pas reconnaître ses erreurs sont de graves défauts. Nous travaillons sur le long terme, nous travaillons pour les générations futures. Vous voyez, ces vieilles vignes ont été plantées par des hommes qui savaient qu’aujourd’hui, elles offriront un potentiel qualitatif énorme et des arômes profonds”. Ne pas replanter tout de suite après avoir arraché les vieux ceps, se donner le temps d’attendre parfois jusqu’à 7 ans, voilà quelques uns des enseignements de cette école de la patience pour laquelle milite Régine Sumeire.

Cet été, le rosé 2019 se distinguera par sa belle minéralité et son étonnante longueur en bouche : “Nos vins sont construits et précis, voilà pourquoi je conseille de les boire à 13-14°C”, poursuit la vigneronne toujours aussi sensible à la question des “rosés piscine”. D’un avis unanime dans le petit monde feutré des amateurs de grands vins, le travail de Régine Sumeire et son approche du vin rosé “Pétale de rose” ont considérablement modernisé la perception du vin. La pâleur et la clarté lui ont conféré des valeurs féminines, une épure et une franchise qui ont libéré le vin des codes ancestraux, virils et sombres qui commençaient à lui peser. De grande finesse et d’une qualité irréprochable, les vins de Régine Sumeire ne sont pas intimidants et encore moins réservés à une élite de connaisseurs. Grâce à cette dame, tout le monde peut apprécier un rosé sans l’onction sacrée d’un “expert”. Seuls les plaisirs élégants et raffinés comptent.

Sumeire confesse vivre un métier de passion : “Je vinifie, je mets en bouteille, je vis chaque étape intensément... Sauf la paperasse et l’administratif qui me cassent un peu les pieds, reconnaît-elle avec malice. L’observation de la vigne qui pousse, la maturité des raisins, la vendange, les évolutions à la dégustation des jus... Ce sont des plaisirs différents mais intenses tout au long de l’année”.

Reconnaissant qu’un vigneron doit savoir vinifier en trois couleurs, Régine Sumeire s’élève contre l’idée reçue selon laquelle une couleur serait plus difficile à travailler, “toutes les élaborations sont minutieuses et délicates” martèle-t-elle.

Évoquant ses aïeux vigneronnes, la propriétaire de château Barbeyrolles parle non sans émotion de son père : “La viticulture, ça se transmet, c’est une affaire de passion... Au soir de sa vie, il m’a dit qu’il avait appris le métier en travaillant avec son père comme il l’avait voulu et fait avec moi... Seule la passion se transmet” souffle-t-elle alors que le soleil rougeoit à l’horizon.

Château Barbeyrolles

Presqu’île de Saint-Tropez
83580 Gassin
04 94 56 33 58
Caveau fermé le dimanche
www.barbeyrolles.com

Château la Tour de l’Evêque

Route de Cuers
83390 Pierrefeu du Var
04 94 28 20 17
Caveau fermé le dimanche
www.toureveque.com

@barbeyrolles_toureveque

Cards on the Table

Régine Sumeire

Rosé wine has conquered the world because it has changed its complexion. Thanks to the leadership of Régine Sumeire and the astonishing success of her Pétale de Rose cuvées, rosé has freed itself from the stifling codes and stereotypes of the wine world. Thanks to its ever-increasing quality, rosé has seduced new generations of connoisseurs, including many women who now prefer the wine's pale and evanescent colors. As the head of both the Château la Tour de l'Evêque and the Château Barbeyrolles vineyards, she has become the standard-bearer for a convivial new form of gastronomy where rosé has earned its rightful place on the table. Profoundly respectful of the classic growing techniques and the rhythms of nature, this dynamic woman known as "Madame de Barbeyrolles" is the proud guardian of her family's traditions. She sees it as her duty to continue to develop her legendary vineyards and to share her devotion to Provence and its glorious wines.

Régine Sumeire believes wisdom and substance are the foundation of good taste. As proof that this Provençal native has cultivated a successful philosophy, her famed Pétale de Rose rosé has turned the wine world upside down by transforming these pale pink wonders from a simple aperitif or pool-side drink to honorable wines that are found on the world's finest tables. Régine's life is divided between the 75 hectares of the Château de la Tour de l'Evêque, a property located on the slopes of the Maurettes hills, and the 12 hectares of Château Barbeyrolles, a magnificent, lavish estate that borders the community of Gassin.

"I bought this property in 1977," says Régine. "After many visits all over the region, I fell in love with Barbeyrolles, which was a total ruin at the time." As soon as she saw the estate, she could sense that the manor house and the vines could become a veritable paradise with enough hard work. Now, 43 years later, it is evident that her magnificent vision has been fulfilled.

As a host who is genuinely concerned about the happiness of her visitors, Régine gives a special owner's tour, with a focus on the vineyard. "It's been maintained according to the principles of biodynamic agriculture since 2009," she explains. "We have always worked in harmony with nature; it's tradition, it's self-evident. In bygone times, organic methods were the only way to work the land." It is no surprise she feels this deep connection to traditional practices; she is the daughter and granddaughter of winegrowers, and she studied history along with political science and Spanish. One example of these practices is her commitment to the manual harvest. "This is essential in the production of rosé and white wines, which are pressed in whole bunches," she notes.

For Régine, it is difficult to overstate the importance of vineyards. "Wine is a proof of civilization," she explains. "It is interesting that in ancient times, the Greeks and Egyptians produced wines without maceration, so they could only have been rosés. And now, at the end of the 20th century, the Spanish, Italians, and Greeks were accentuating the idea of wine as a principle of civilization." And here in France? "At the same time, they voted in the Loi Évin (to restrict alcohol advertising)," she thunders without losing the slightest bit of her elegance.

When it comes to personal taste, Régine admits she prefers complex rosés. "I enjoy delicate wines with length and finish that can accompany a meal," she says. "I like the idea that if tasted blind, a rosé would be difficult to distinguish from a white." Surprisingly, she is not as concerned with the bouquet, instead focusing on the belief that wines should tell the story of their land and culture. Her Pétale de Rose rosé, which was first imagined in 1982, has a clear color, and this initially led the wine to be treated as an intruder in the world of darker pink rosés. Now, that's all in the past and pale rosés are celebrated, although Régine notes that "the color must be extracted without brusqueness or treatment."

Many of the loyal clients of Château Barbeyrolles first discovered the wine during their holidays in Provence. They then would be thrilled to rediscover the sensations of warm sunshine and blue skies as the bottles appeared on the wine lists of fine restaurants across France and around the world. From the West Indies to America, from China to Thailand, and from Japan to Malaysia, Régine has the Château Barbeyrolles banner flying high across the globe. "I am proud that our wines have earned their noble pedigree," she says. "In 1987, with my friend Patrice de Colmont, we were among the first 12 vineyards to take part in the 'Route des Rosés'. We all put our wines in the holds of the boats for the crossing from Saint-Tropez to St. Barts... We were winegrowers who were passionate about sailing and we were going to spread the good word about our rosé to another continent."

Although rosé represents about 80% of her production, Régine Sumeire is "trying" to restore the balance by returning her attention to reds and whites. "After all, Provence is the land of three colors," she smiles. Surprising for an icon of rosé? She sweeps aside the suggestion with a wave of her hand. "Wine is not just about the money, it's an expression of an environment, a culture, and a history. And Provence can be proud of its splendid soils that are capable of producing great wines of all colors."

If she defends people's right to appreciate her wines "as they wish," Régine herself is categorical: no ice cubes in the wine and serving temperature of 13-14°C to magnify its qualities. "I recommend combining Mediterranean fish with rosés and whites. A monkfish poached in a court-bouillon served on a salad, a fish with baked fenel, shrimps à la plancha, a soufflé with the full-bodied shellfish sauce... All of this goes very well with Barbeyrolles rosés. It's also a fine choice to accompany veal or sweetbreads," notes this renowned epicurean. Indeed, this wine virtuoso is always delighted to match wines to dishes to make the most of convivial moments.

Dividing her time between her two houses—the Tour de l'Evêque in Pierrefeu-du-Var, where her nephew Pierre-François officiates, and Barbeyrolles, a short distance from the beaches of Pampelonne—Régine admits that her profession is her passion. "I make wine, I bottle, I live each day fully," she says. "Monitoring the growing vines, gauging the maturity of the grapes, harvesting, tasting the juice as it evolves. These are some of the different pleasures I get to enjoy throughout the year." There must be something she doesn't like? "Well, there's the paperwork and the administrative work, that's a bit of a pain," she admits with a scowl.

As a winegrower committed to producing whites, reds, and rosés, Régine doesn't accept the idea that any one color is more challenging to work with. "Each process is meticulous and delicate," she says.

Evoking her winegrowing ancestry, the owner of Château Barbeyrolles can't hide her emotion when speaking about her father. "In the twilight of his life, he told me that he had learned the trade by working with his father, and he then did the same thing and taught me," she whispers as the sun glows on the horizon. "It is the passion that is truly passed from one generation to the next."

While discussing what makes a good winegrower, Régine highlights the relationship with time and the inherent sense of observation, all of which must be infused with humility. "The power of observation is the key to everything. We must observe nature, respect its cycles without ever exploiting it," says this woman who readily admits to being meticulous and demanding in her approach. "To be in a hurry or not to recognize one's mistakes are serious defects. We work on the long term, we work for future generations. These old vines were planted by men who knew that today they would offer enormous quality and luxurious aromas." Not replanting immediately after having pulled out the old vines, sometimes waiting up to seven years so the

soil can breathe, these are some of the most important lessons from this school of patience. This summer, the 2019 rosé will be served, and it will be distinguished by its beautiful minerality and its marvelous length on the palate. "Our wines are robust and precise," she says.

In the intimate world of lovers of great wines, Régine's work and her approach to Pétale de Rose have transformed the perception of rosé wine. The pallor and clarity of her work give the rosé feminine values, a purity and frankness that freed it from the virile and dark codes of yore that were beginning to weigh on the wines. However, while they boast great finesse and impeccable quality, Régine's wines aren't intimidating and aren't reserved for elite connoisseurs. Thanks to Régine, anyone can enjoy a rosé without being anointed an "expert." For her, all you need to be able to do is appreciate elegance and refinement.



Route des plages
Ramatuella

BIG

Experiences

Un ensemble de bons plans pratiques ou insolites
que l'on a toujours plaisir à partager.



PISCINE ARROSAGE LEFEBVRE

L'EAU DANS TOUS SES ÉTATS

Dans le golfe de Saint-Tropez, c'est comme si toutes les folies étaient réalisables. Alexandre Lefebvre est bien placé pour le savoir. Spécialiste des piscines à débordement, jacuzzis et bassins, fontaines mais aussi des systèmes de gestion d'eau et d'arrosage dans les jardins, il sait répondre aux demandes les plus classiques, mais se retrouve également très souvent confronté à des projets pour le moins extravagants...

C'est Philippe, le père, qui a créé l'entreprise Piscine Arrosage Lefebvre au début des années 70. Sa jeune épouse a rapidement intégré la structure et géré pendant des années d'une main de fer les aspects administratifs et financiers. Aujourd'hui, Alexandre Lefebvre et sa sœur Sophie ont pris la relève de leurs parents avec la même rigueur et les mêmes exigences. *"Enfant, j'accompagnais souvent mon père pour les visites de dépannage. Plus tard, pendant les vacances, je travaillais sur les chantiers. J'ai commencé par les tâches basiques : arrosage, dépannage, entretien de piscine. Ça me permet aujourd'hui de savoir exactement de quoi je parle."* Dans cette entreprise qui fonctionne comme une grande famille, les employés sont tout sauf des numéros. L'ancienneté est en moyenne de 15 ans et le premier collaborateur du père d'Alexandre est parti à la retraite il y a seulement 2 ans.

S'il est tourné vers l'avenir, en recherche permanente d'innovations pour proposer à ses clients des systèmes toujours performants, Alexandre est aussi très attaché à l'héritage qu'il a reçu de son père : *"Mon ambition est de faire perdurer les valeurs qui animent l'entreprise depuis ses débuts, et notamment le sens du service."* Preuve de cet engagement, l'entreprise a fait le choix de n'intervenir que dans une zone géographique restreinte, tout simplement pour garantir une très grande réactivité. Pour l'entretien des piscines, un technicien passe chez les clients une fois par semaine en hiver, deux

fois en été. C'est toujours la même personne et elle vient chaque fois le même jour. Pour l'arrosage, le panel de solutions est large, de la plus simple à la plus élaborée, et l'entreprise porte autant de soin à s'occuper d'un jardin de 1000 m² que d'une propriété de 4 ha. *"Quel que soit le service demandé, nous sommes dans la même lignée depuis 45 ans : la garantie de la qualité."* Les architectes de la région les plus réputés ne s'y sont pas trompés, lorsqu'un client leur fait une demande hors du commun, ils savent qu'ils peuvent s'appuyer sur l'expertise de l'équipe. *"Nous avons par exemple travaillé à la réalisation d'une piscine à débordement de 55 mètres de long avec un prolongement carré de 10x10 mètres, le tout couvert et chauffé !"* Mais il peut aussi s'agir d'installer une cascade, d'améliorer un système de filtration existant, de gérer un système d'arrosage complexe dans une vaste propriété, de garantir une filtration parfaite dans un bassin ou encore de régler de toute urgence un problème de surpression. Depuis

toujours, l'entreprise cherche à être à la pointe en matière d'hydraulique et à tester en permanence de nouveaux produits, à proposer des matériaux innovants. Distinguées dans certains salons aux États-Unis et en France, les réalisations de Piscine Arrosage Lefebvre ont fait la réputation de l'entreprise. *"J'aime bien ce challenge permanent. C'est passionnant de relever des défis techniques et faire en sorte que les projets les plus extravagants fonctionnent."*

DATES CLÉS

1975

Création de l'entreprise Piscine Arrosage Lefebvre

1979

Arrivée d'Olivia, la mère d'Alexandre, dans l'entreprise

2000

Reprise d'une partie de l'entreprise par Alexandre Lefebvre

2012

Arrivée de sa sœur, Sophie



UNE FLOTTE DE 30 BATEAUX À LOUER DE 7 À 30 M
AU DÉPART DE SAINT-TROPEZ ET DES MARINES DE COGOLIN



VENTE ET LOCATION DE BATEAUX
CHANTIER NAVAL

MED52



MED42



UN SERVICE DE QUALITÉ
LOCATION DE BATEAUX
VENTE DE BATEAUX NEUFS ET D'OCCASION
PLACES DE PORT



INGÉNIERIE ET CONCEPTION
FRANÇAISE
MED42
MED52



RÉACTIVITÉ ET SAVOIR-FAIRE
CHANTIER NAVAL
MAINTENANCE
MERCURY DISTRIBUTION / VAR ET CORSE

VENTE MED52 ET MED42 AVEC PLACE DE PORT
DANS LE GOLFE DE SAINT-TROPEZ ET À MARSEILLE
AVEC SERVICE DE PONTONNIER

WWW.MEDYACHT-GROUP.COM

SAINT-TROPEZ

69 Av. du 11 Novembre 1918 - 83990 Saint-Tropez
info@med-yacht.com - Tél. : +33 (0) 4 94 45 20 84

MARINES DE COGOLIN

24 Quai de la Galiote - 83310 Les Marines de Cogolin
contact@med-yacht.com - Tél. : +33 (0) 4 94 56 00 61

MARSEILLE

47 Quai de Rive Neuve - 13007 Marseille
marseille@med-yacht.com - Tél. : +33 (0) 4 91 54 23 99



AGENCE DES PARCS DE SAINT-TROPEZ



En 1953, le magnifique domaine des Parcs de Saint-Tropez voit le jour. Quelques années plus tard, l'Agence des Parcs de Saint-Tropez ouvre, exclusivement dédiée à la vente des somptueuses propriétés qui s'y trouvent. Puis l'agence passe entre les mains de Françoise Albertone, sommité de l'immobilier tropézien, au début des années 90. En 2010, sa fille Charlotte reprend l'affaire avec son mari, Mikaël Marzo. Et si l'Agence des Parcs de Saint-Tropez reste toujours très liée au domaine, elle est désormais installée au cœur de l'animation du port et son offre s'étend à toute la presqu'île... avec toujours un large panel de villas d'exception, choisies pour leurs emplacements exclusifs.



Notre connaissance du métier est pointue, mais elle ne serait rien sans le lien très fort que nous avons avec le territoire. La famille de Charlotte, ma femme, est tropézienne depuis 6 générations. En ce qui me concerne, j'ai passé toute mon enfance ici, et notre collaborateur, Jean-François Bertin, a longtemps été concierge "Clefs d'Or" dans un grand hôtel de Saint-Tropez. Charlotte a fait ses armes avec sa mère avant de partir pour Genève travailler dans un cabinet de promotion immobilière. De mon côté, j'ai fait mes études de commerce à l'École Hôtelière de Lausanne.

Après un détour par Hong Kong et New York, je suis revenu à Saint-Tropez avec Charlotte en 2005. Nous avons alors créé une agence dédiée à la location de biens haut de gamme. En 2010, Françoise Albertone nous a transmis le flambeau : nous avons repris l'Agence des Parcs de Saint-Tropez. Nous accompagnons nos clients dans l'esprit qu'elle avait initié. Nous sommes là pour les conseiller avec discrétion et professionnalisme et nous leur faisons bénéficier de notre réseau : notaires, architectes, bonnes adresses... Une relation sur le long terme s'instaure, parfois sur plusieurs générations. »



Agence des Parcs de Saint-Tropez

5, quai Gabriel Péri
04 94 97 00 51
contact@agencedesparcs.com
www.agencedesparcs.com

du lundi au samedi
9h30-12h30
14h30-19h

CABINET D'ARCHITECTURE CHARLES VIEILLECROZE



Dans la famille Vieillecroze, je demande le fils ! Après des études à l'École polytechnique de Lausanne et un an passé à Valparaiso, Charles est revenu aux sources, dans les bureaux tropéziens de son père, l'architecte François Vieillecroze. Et depuis quelques années, il a décidé de se faire un prénom en développant sa propre activité, mettant ainsi à profit une solide expérience acquise en Suisse et au Chili. Rénovations, constructions, projets dans le golfe de Saint-Tropez, en Suisse ou au Pérou... Charles Vieillecroze est ouvert à toutes les propositions. Présent sur les chantiers avec son père depuis tout petit, il a hérité de sa façon de travailler et de ses valeurs : professionnalisme, rigueur, honnêteté, transparence.

« À l'école d'architecture de Viña del Mar, à côté de Valparaiso, les étudiants associent toujours acte d'architecture et acte poétique. J'aime bien cette idée. Je cherche aussi la justesse de la construction. Ça m'intéresse de bousculer un peu les habitudes. Je trouve par exemple qu'il vaut parfois mieux une jolie vue bien cadrée que d'immenses baies vitrées, de belles persiennes plutôt que des volets roulants sans âme. On peut aussi réfléchir à des alternatives à la climatisation : utiliser les maté-

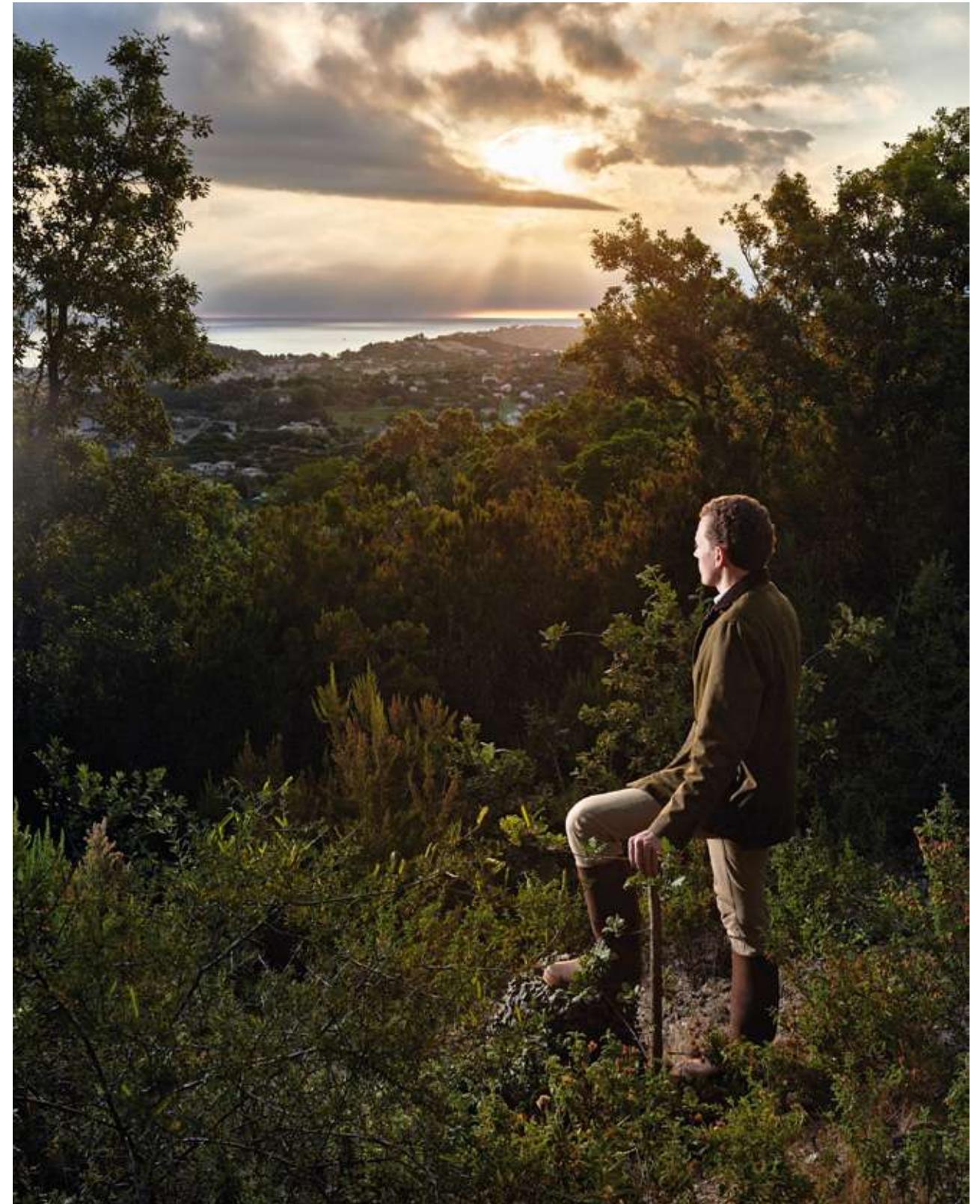
riaux adaptés, choisir la bonne orientation... Les façons de construire traditionnelles ont leur raison d'être, il faut s'y intéresser, retrouver les méthodes et les matériaux des anciens. Mais je ne m'inscris pas forcément dans la tradition, ce que j'aime, c'est ouvrir un dialogue avec le vernaculaire, et surtout, concrétiser un rêve. Les aspects pragmatiques viennent ensuite. Je souhaite que mon architecture soit en cohérence avec le lieu, avec les habitudes de ceux qui y vivent et avec ce rêve qu'on me confie. »



Charles Vieillecroze
Architecte

06 20 63 22 13
info@charlesvieillecroze.com
www.charlesvieillecroze.com

READ IN ENGLISH
P. 173



ESPACE SERVICE TRAVAUX PUBLICS



Quand un métier devient passion, le travail bien fait est un objectif de tous les instants. Peu importe la taille du projet, le montant, les délais... l'entreprise Espace Service TP répond à toutes les missions qui entrent dans ses compétences. Son dirigeant, Sébastien Basso, a aiguisé son sens du chantier quelques années avant de reprendre l'entreprise en 2017. Chef d'équipe, chef de chantier, chauffeur d'engin, chauffeur poids-lourd, maçon, manœuvre, il sait s'entourer en interne des meilleurs savoir-faire. Autre atout : la rapidité d'intervention et d'exécution, garantie par d'importants moyens matériels et notamment un parc de machines conséquent.

« Nous avons la chance de participer à des projets d'exception, qui sortent vraiment de l'ordinaire, qu'il s'agisse de terrassements, de démolitions, de travaux de voiries et réseaux divers, d'opération d'enrochement ou de relevage... Aucun chantier n'est jamais identique au précédent, c'est vraiment très motivant. Nous ne refaisons jamais deux fois la même chose. C'est agréable aussi de voir que les architectes nous font confiance. Nous travaillons ensemble et nous sommes là pour aboutir, avec eux, au meilleur résultat possible. Le client a ses attentes et nous devons écouter, nous adapter, faire au mieux pour atteindre les objectifs fixés dans les temps. Pour nous, ce qui compte, c'est cette finalité. Trouver les meilleurs moyens pour y arriver, c'est notre rôle. Les collaborateurs qui travaillent pour Espace Service TP sont avec moi depuis le début, j'ai une entière confiance en eux. Tous, nous avons ce soin du détail, cette passion pour notre métier, cette envie de bien faire pour satisfaire le client. »



Espace Service TP
Sébastien Basso
06 72 63 13 93
sebastienbasso@groupe-basso.com

READ IN
ENGLISH
P. 173





FÊTE LA FÊTE



Il suffit parfois de faire un vœu pour qu'il se réalise... à condition de le chuchoter à la bonne oreille, celle de Marie-Hélène Boiteux. Avec cette virtuose de la fête, rien n'est inaccessible. Qu'il soit organisé à la maison, dans le jardin ou sur la plage, autour de Saint-Tropez, aux États-Unis, en Finlande ou ailleurs, chaque événement doit être unique, qu'il s'agisse d'un dîner pour deux personnes ou d'une réception en rassemblant plus de 600. Pour créer de l'inédit, Marie-Hélène peut compter sur une équipe experte, un carnet d'adresses bien rempli et plus de 30 ans d'expérience. Logistique, traiteur, fleurs, musique, tout est pensé et orchestré au millimètre, rien n'est laissé au hasard. Et chaque fois, la magie opère...



Il n'y a rien de plus beau que de créer un jour et de tout défaire le lendemain. Mettre en scène, décorer, faire en sorte que tout soit parfait pour offrir quelques heures d'exception, c'est grisant ! Au début, je suis seule avec un client, un lieu et un rêve. Mon rôle est de donner vie à ce rêve. Je veux que tout soit irréprochable, je ne travaille qu'avec des prestataires que je connais bien, en qui j'ai entièrement confiance. L'art de la fête, c'est que chacun exerce son métier de manière exemplaire, je suis là pour y veiller. Il faut une gestion

sans faille et beaucoup de rigueur, un grand sens de l'anticipation. 200 personnes sont attendues ? Je sais qu'il faudra prévoir un parking et une navette. Il y a des voisins autour de la villa ? Il faudra les prévenir à l'avance...

Mon quotidien, c'est de répondre aux demandes les plus extravagantes. Il m'est arrivé d'organiser une soirée en deux jours ! La fatigue et les nuits blanches ne me font pas peur, et quand les invités arrivent, que je les entends s'émerveiller, alors je suis heureuse. »



Marie-Hélène Boiteux
04 94 97 53 09
faite-la-fete@wanadoo.fr
<https://fr.fetelafete.fr/>

LUCIANA FRANCALANCI

STUDIO DE COMMUNICATION VISUELLE



C'est entre Milan et Paris que Luciana Francalanci, péruvienne d'origine, s'est formée au stylisme, à la photographie et à la stratégie de communication. Après un passage par les plus grandes maisons - Christian Dior, Tara Jarmon, Elie Saab - elle pose ses valises et son ordinateur à Saint-Tropez en 2017 pour y ouvrir son studio dédié à la communication visuelle. Avec son accent délicieux, son professionnalisme intransigeant et son perfectionnisme à toute épreuve, cette stratège créative aide ses clients à soigner leur image de marque et à développer leurs projets. Conception graphique, packaging, photographie, communication digitale et gestion des réseaux sociaux, sa boîte à outils bien remplie s'adapte aux demandes les plus diverses venues du golfe de Saint-Tropez, du Pérou, d'Inde, d'Australie ou d'ailleurs...

« Tout commence par la stratégie. J'étudie toujours le marché et la concurrence avant me lancer. C'est ce qui me permet de proposer des éléments créatifs cohérents. Il ne s'agit pas seulement de faire quelque chose de joli, il faut bien cerner la marque, sa personnalité, ses objectifs. Je dois donc m'efforcer de voir avec les yeux du client, me mettre dans sa peau... Pour partir sur de bonnes bases, je présente des moodboards dans lesquels je mélange différentes sources graphiques.

J'aime bien la diversité de ce métier : artisans, entreprises locales ou internationales, grandes maisons de tout secteur d'activité, architecture, décoration intérieure, restauration, construction, boutiques... tout m'intéresse ! Je passe des réseaux sociaux au packaging et du bâtiment à l'univers de la mode sans aucune difficulté ! Le dessin, la photo, les couleurs, la typographie, tout me plaît. Toutes ces compétences sont connectées. Mes créations sont très souvent liées à la nature. L'évidence, la simplicité et l'harmonie, voilà ce que je cherche chaque fois à obtenir. »



Luciana Francalanci
06 10 64 24 65

insta: @lufrcalanci
www.lucianafrancalanci.com
lufrcalanci@gmail.com

READ IN ENGLISH
P. 173



ORÉLIE

MASSAGES, YOGA ET THÉRAPIE HOLISTIQUE



Peu importe la technique pourvu qu'on ait le bien-être... voilà qui résume bien l'accompagnement très personnalisé proposé par Orélie. Que l'on fasse appel à elle pour un problème chronique, un mal-être de fond ou une douleur dans le dos, la thérapeute agit toujours sur la globalité, mettant en lien physique, mental et spirituel. Professeure de yoga, elle officie à domicile, en face à face ou par petits groupes. Vous la trouvez également tout l'été au club Les Palmiers sur la plage de Pampelonne où elle prodigue ses soins de masseuse. Mais Orélie est aussi ambassadrice des cosmétiques naturels Mahori, des huiles parfumées pour le corps associées à des fragrances d'exception, enveloppantes et apaisantes, en parfaite cohérence avec sa nature...

« Ces 10 dernières années, j'ai beaucoup voyagé. Ces séjours au bout du monde ont chaque fois été également des voyages intérieurs. Ils m'ont appris sur moi, sur la puissance de mon corps. Je suis allée dans des ashrams en Inde, je me suis initiée à la "cupping therapy" (ventouses chinoises) en Australie, j'ai acquis des techniques de méditation, passé mon diplôme de hatha vinyasa yoga, découvert le chamanisme au Pérou... Pour accompagner une personne, je me laisse guider par mon intuition et j'ai recours aux méthodes qui me semblent les plus appropriées : médecines chinoise ou ayurvédique, énergie reiki, travail sur

les méridiens, massage thaï, plantes et huiles essentielles... Je m'adapte à la personne, à son énergie et à ses besoins. Je ne suis pas là pour guérir, je suis là pour accompagner sur le chemin de la guérison. À terme, j'envisage d'ouvrir un "Healing center" dédié à la thérapie holistique et quantique avec cours de yoga, massages, méditation, outils de PNL et de neurosciences, soins alternatifs... Le scientifique et le spirituel y seront complémentaires pour renforcer le "mindset", c'est-à-dire l'état d'esprit, et permettre à chacun de trouver l'équilibre. Selon moi, l'avenir est à une médecine intégrative qui lie corps, âme et esprit. »



Cours de yoga à domicile

06 48 71 40 20
massageandyogahealing@gmail.com

Massages wellness holistic by Orélie

Club Les Palmiers, tout l'été
À domicile (Villa yacht Hotel)

Instagram / Facebook

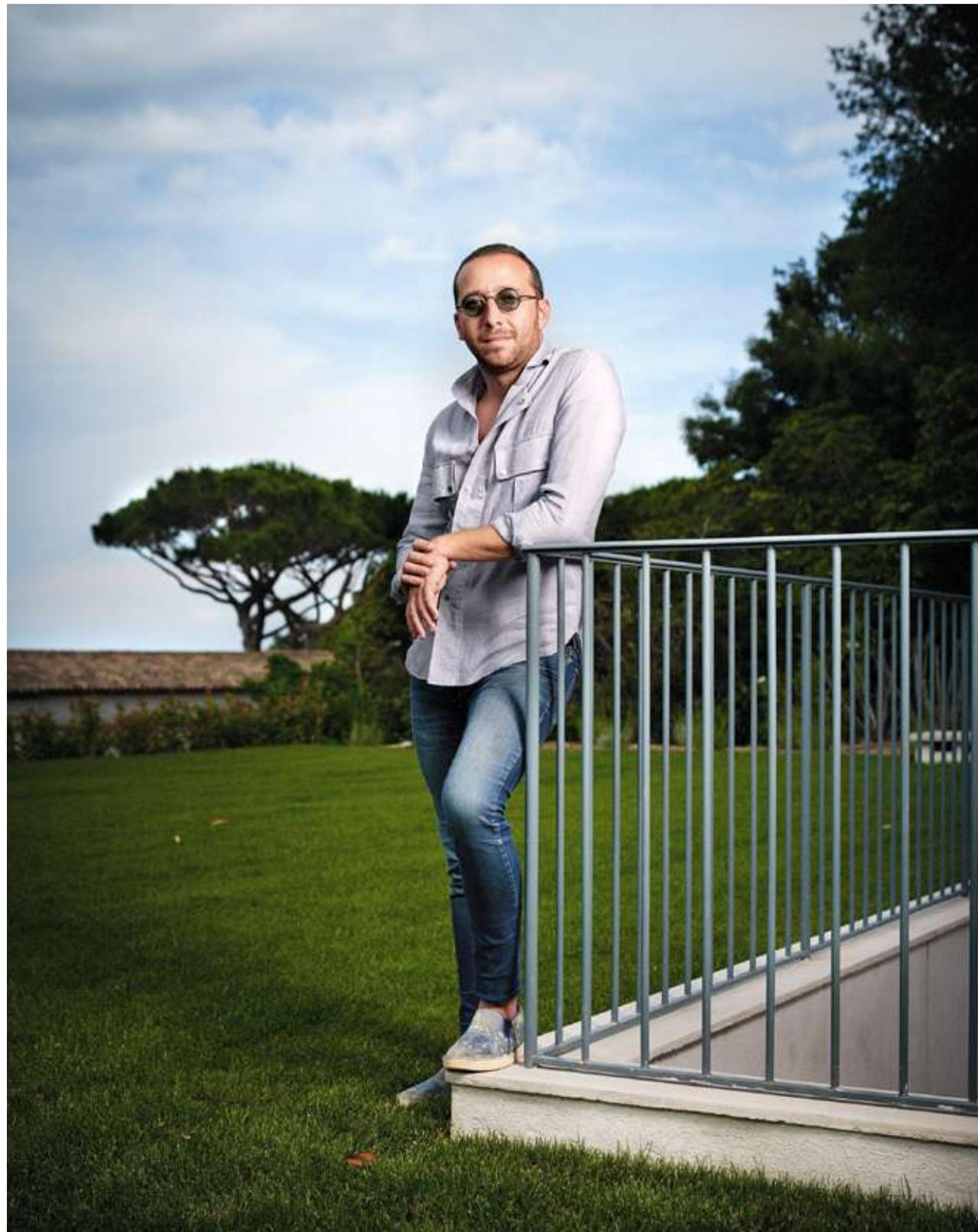
@MassageWellness.sainttropez
Orelie Therapist holistic

Points de vente Mahori

En direct auprès d'Orélie
INDIE'S & Co. à Saint-Tropez
www.mahori.fr

READ IN
ENGLISH
P. 173





PALAIÀ CONSTRUCTION



Dans la famille Palaia, on est constructeur de père en fils depuis trois générations. Grégory Palaia n'est donc pas arrivé dans le bâtiment par hasard... Doté d'un caractère volontaire et entier, il ne fait jamais les choses à moitié et mène de front deux activités : dirigeant d'une entreprise de construction de maisons neuves et de rénovation d'habitations du vieux Saint-Tropez, c'est également un professionnel de l'immobilier aguerri. Ses atouts ? Une solide expérience qui s'est enrichie au fil des ans et des rencontres, un ancrage fort dans la presqu'île et une exigence de qualité dans tout ce qu'il entreprend.

J'ai été immergé très jeune dans l'univers du bâtiment et de l'immobilier, c'est dans l'ADN de la famille.

Notre force, ce sont nos équipes qui nous permettent de proposer de très belles finitions, un service après-vente efficace et un haut niveau de qualité global. Autrefois, les maçons touchaient un peu à tout : gros œuvre, couverture, carrelage, une équipe construisait une maison de A à Z. Chez nous, aujourd'hui, nous avons des experts pour chaque domaine : béton, doublage, carrelage... Les choses sont structurées, rigoureuses, le savoir-faire est

valorisé. Nous choisissons avec le plus grand soin nos compagnons mais aussi nos collaborateurs et partenaires. Même chose quand nous devons rénover une maison au cœur du village de Saint-Tropez avec des reprises en sous-œuvre particulièrement délicates... nous devons justifier d'une expertise pointue et faire appel à des spécialistes.

C'est une chance incroyable, une grande fierté et un défi passionnant de travailler chaque jour à la protection et à l'embellissement du patrimoine de notre petit village paradisiaque. »



Palaia Construction
1, boulevard de Provence
résidence du Golfe à Gassin
04 94 97 73 47
info@palaia-construction.fr

PÉPINIÈRES PIERRE BASSET



Bien entendu, on trouve ici rosiers, jasmins et plantes en godets... mais ce qui fait la réputation des pépinières Pierre Basset, ce sont des pensionnaires moins communs : chorisia d'Amérique du Sud, Erythrina crista-galli et autres camélia de 12 mètres de haut. Les commandes arrivent parfois de loin, comme pour ces baobabs de 47 tonnes d'Afrique et ces Jubea Chinensis de 22 mètres du Chili... qui ont été installés au cœur de jardins en Asie. Que la plante soit destinée à un extérieur tropézien, un hôtel parisien ou une résidence à l'autre bout du monde, le défi à relever est le même : garantir la bonne reprise du végétal et conseiller au mieux les soins à prodiguer.

« J'aborde la botanique avec beaucoup d'humilité. On est tout petit face à la nature. À chaque voyage, je découvre encore de nouvelles espèces. Je suis autodidacte, j'ai appris avec une encyclopédie et en écoutant les anciens qui ont croisé ma route. Ils sont une source de connaissance précieuse. J'ai commencé par cultiver des oliviers d'Espagne au début des années 90. Ensuite, je me suis tourné vers les végétaux plus exotiques, et surtout avec des caractéristiques exceptionnelles. J'ai des "traqueurs de plantes" dans plusieurs pays : Espagne, Italie, Chili, Argentine, Mexique, Chine, Thaïlande... »

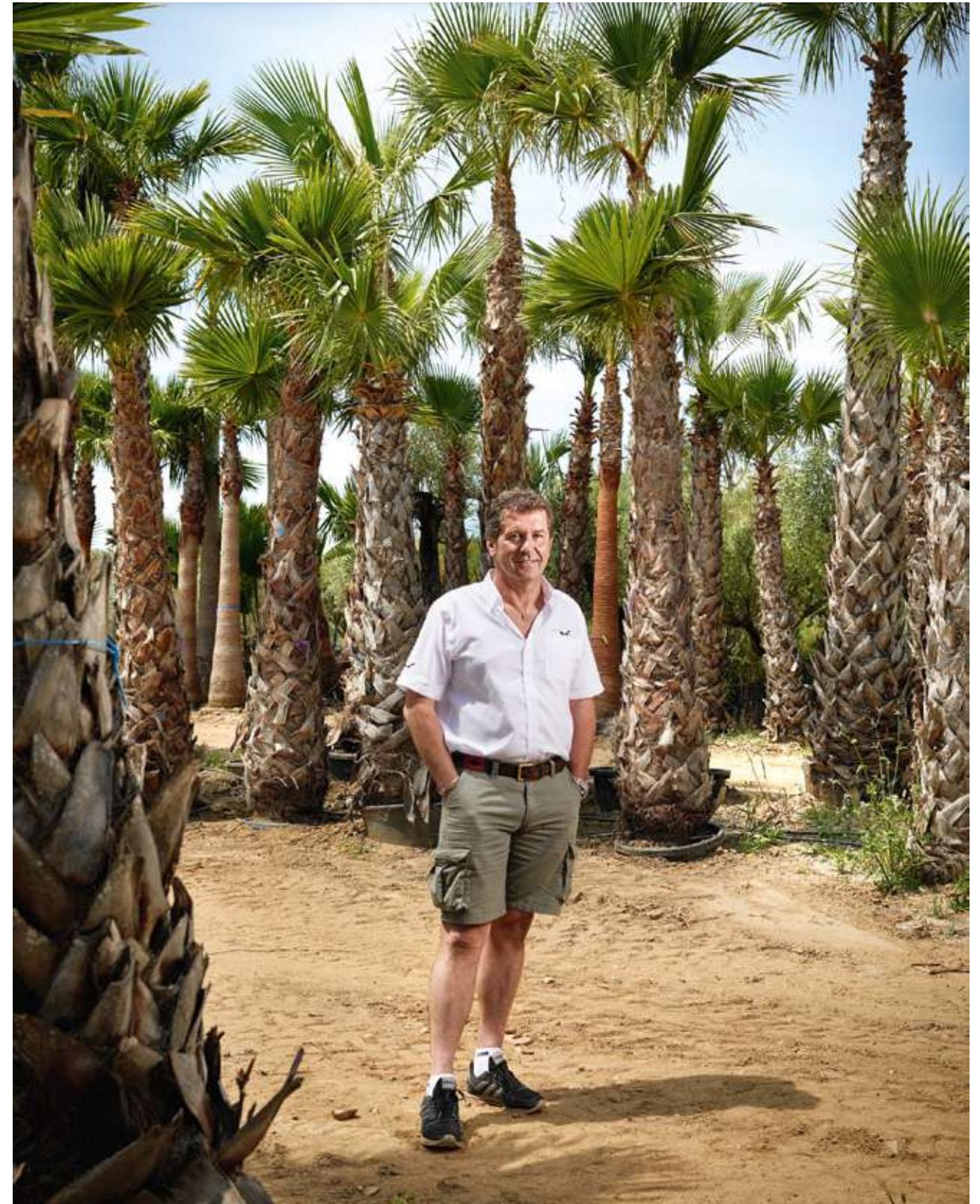
« Ils me contactent quand ils rencontrent une espèce rare susceptible de m'intéresser. Certaines plantes du bout du monde peuvent très bien s'adapter au climat méditerranéen pour mes clients du golfe de Saint-Tropez, mais aussi à d'autres climats pour des clients plus éloignés, ce sont elles qui m'attirent. J'ai appris à les connaître. J'ai pour m'accompagner une équipe solide, "tout-terrain", constituée de collaborateurs fidèles, motivés, curieux et qui partagent mon amour des plantes. C'est ensemble que nous avons développé cette activité singulière et passionnante... »



Pépinière Pierre Basset
537, route des Oliviers
La Boal - Grimaud
04 98 12 60 66

www.pierre-basset.com
Ouverte du lundi au samedi
de 9h à 12h et de 14h à 19h

READ IN
ENGLISH
P. 174





RCB CARRELAGES



On se sent comme chez soi sous la charpente en bois de la grande maison qui sert de salle d'exposition... loin des rayons aseptisés et des ambiances formatées. Ici, l'accueil est chaleureux et les conseils sont avisés. Les sources d'inspiration sont partout, au sol, sur les murs et sur les tables, pour l'intérieur et l'extérieur. Vieilles tuiles, piliers, cheminées, fontaines, terres cuites, jarres, dalles de Bourgogne anciennes, grès cérame, tomettes, mosaïque, dallages, terres cuites, margelles, crédences de cuisine... du sol au plafond, de la cuisine au salon en passant par la salle de bains et la piscine, les bonnes idées foisonnent. Et au côté d'Anne Courbet, une équipe soudée accompagne les clients avec pertinence.

« **Q**uand j'étais enfant, mon père partait chaque semaine faire le tour de France pour chiner des matériaux anciens. Il a tenu la boutique jusqu'à l'année dernière. J'ai repris la suite de cette affaire familiale dans laquelle je travaille depuis 30 ans ! Une évidence. Aujourd'hui, le catalogue est plus large, avec des produits très contemporains et un grand choix de matériaux neufs. Il y en a pour tous les goûts ! Nous sommes souvent consultés par les architectes qui rénovent ou décoorent des maisons secondaires, mais pas seulement. Nous avons également des habitués, une clientèle très familiale. Il nous est arrivé aussi de faire expédier en Floride des carreaux émaillés faits à la main pour un restaurant. Une autre fois, une décoratrice nous a fait envoyer au Qatar plusieurs containers avec des carreaux qu'elle avait choisis. Peu importe le pays, on se débrouille ! Nous avons aussi un tailleur de pierre qui réalise sur mesure des plateaux de salle de bains, de cuisine, des marches, des appuis de fenêtres, des fontaines... On peut dire que chez nous, le sens du service est assez étendu ! »



RCB Carrelages

1 447, Route de St-Tropez à Grimaud
04 98 12 60 10
www.rcbcarrelages.fr
insta : @rcbcarrelages

Ouverture de la salle d'exposition

lundi-vendredi :
8h-12h et 13h30-18h
samedi matin : 8h-11h30
Fermé 3 semaines en août

READ IN
ENGLISH
P. 174

RR DESIGN

DESIGN D'HÔTELS ET RESTAURANTS



« *Un adulte créatif est un enfant qui a survécu.* » Régis Rombi confirme : il a eu plusieurs vies, mais a su garder ses rêves d'enfant. Spécialisé dans le design d'hôtels et restaurants, il a plus d'une corde à son arc pour offrir une personnalité aux lieux qu'on lui confie : un incroyable talent de graphiste et de designer, un carnet d'adresses bien rempli, des fournisseurs de mobilier prestigieux et quelques marques inédites dont il est partenaire. Formé aux États-Unis, il a créé en 2002 le premier restaurant de sushis tropézien : L'Inside. Depuis, il continue de sublimer les endroits les plus prestigieux avec une aisance hors du commun.

« *Mon travail commence par un dialogue avec le lieu. Les personnes qui y travaillent doivent s'y sentir bien. Je sais de quoi je parle : j'ai eu plusieurs restaurants ! Quand je suis arrivé à Saint-Tropez, j'ai ouvert le premier avec Lolo et son frère Titoff, l'humoriste. La saison terminée, je partais aux États-Unis travailler avec le célèbre designer Stéphane Dupoux. Le Nikki Beach à Miami, le Buddha Bar à New York... c'était nous ! À Saint-Tropez, j'ai récemment travaillé à l'identité de la boutique Maison ST de Laure Beretti et Paul*

Breuzza m'a fait confiance pour son Bistrot Madeleine et pour le Strand... Et je suis récemment devenu agent d'un produit artisanal français sublime : des ombrières en fibres de coco. J'en ai posé sur plusieurs plages du golfe de Saint-Tropez : Moorea, Prao, Tortù, Pearl Beach mais aussi à La Réserve de Ramatuelle. Pour le mobilier, je travaille avec l'agenceur professionnel SDCH déco Design. À chaque nouveau projet, il s'agit d'imaginer une ambiance par rapport à un lieu pour que les clients – à commencer par moi ! – aient envie d'y revenir. »



RR DESIGN
06 74 81 43 29
rr@regisrombi-design.com

READ IN
ENGLISH
P. 174



OCTOGONE

RÉNOVATION ET MENUISERIES D'EXCEPTION



Lui l'Ambition, elle les produits d'Exception... Lui, fort d'une expertise de 30 ans dans l'immobilier. Elle, professionnelle de la communication et de l'image. Ensemble, Gabrielle Prompt et Jean-Pascal Boudan sont devenus, avec leur société de menuiseries de prestige, de véritables ambassadeurs du haut de gamme. Performance, endurance, persévérance, respect, les valeurs qui les animent proviennent de leur univers de sportifs de haut niveau. Leur partenariat avec le prestigieux fabricant Solarlux n'a donc rien d'étonnant. De Cannes au Cap Bénat en passant par le Golfe de Saint-Tropez, Octogone fait entrer la lumière dans les villas avec élégance.

« Avec Jean-Pascal, nous avons la même vision de la perfection et de l'excellence, c'est pourquoi nous avons choisi de travailler avec Solarlux, n°1 mondial des baies accordéons et des ouvertures grands formats minimalistes. Un partenariat qui s'est imposé comme une évidence. Les designs de cette marque allemande sont prodigieux, d'une beauté à couper le souffle. Les vantaux mesurent jusqu'à 6 mètres, pèsent jusqu'à une tonne pour seulement 34 millimètres de profilé et peuvent être motorisés. Les créations résistent à tout: vent, pluie, neige, embruns

et répondent ainsi aux projets d'architectes ambitieux. Les ouvertures et verrières Solarlux commercialisées par Octogone sont fabriquées dans une usine allemande de 60 000 m² respectueuse de l'environnement. Brevetées et certifiées, nos solutions sont adaptées à tout type d'architecture. Les réalisations sont élaborées par un bureau d'études exigeant. Nous sommes convaincus d'avoir rencontré le meilleur partenaire pour offrir à notre clientèle une solution innovante et performante et ainsi sublimer leur habitat et garantir leur investissement. »



Octogone

Gabrielle Prompt
06 03 87 25 93
conception@octogone-store.com

www.octogone-store.com
www.fb.com/
menuiseriesexceptionnelles

READ IN ENGLISH
P. 175



Le Latitude 43 est un palace moderne conçu et édifié au début des années 30, après une décennie de réalisations manifestes de la première génération, dite héroïque, des architectes du Mouvement Moderne. Dès les années 20 en effet quelques uns d'entre eux ont eu l'occasion d'illustrer leur sensibilité sur le littoral du Var dans le cadre de commandes de maisons de vacances : Rob Mallet-Stevens, Pierre Chareau, Djo bourgeois, Pierre Barbe, Le Corbusier...

LATITUDE 43

LE PARI DE LA MODERNITÉ

JEAN-LUCIEN BONILLO

PHOTOGRAPHIES

PHILIPPE CONTI

Dans ces mêmes années 20, pour une clientèle moins sensible à l'avant-garde, Georges-Henri Pingusson - en association avec l'architecte Paul Furiat - réalise dans les Alpes-Maritimes et le Var des villas qui expriment sous une forme syncrétique les diverses sensibilités de la période : modernité fonctionnaliste, Art-déco, néo-régionalisme. La commande d'un grand hôtel à Saint-Tropez va le conduire à entrer de plein pied dans le groupe resserré des architectes modernes les plus radicaux. Une orientation qui lui vaudra de figurer dans le comité de rédaction de la revue *L'Architecture d'Aujourd'hui* créée en 1930.

READ IN
ENGLISH
P. 130





MUTATIONS DES PRATIQUES TOURISTIQUES : LES ALÉAS D'UN PALACE MODERNE

Le témoignage de Pingusson permet de connaître précisément les conditions de la commande. Elle résulte d'une rencontre fortuite, entre amateurs de nautisme, dans le port de Sainte-Maxime, avec Georges Bernet ancien gérant d'hôtels parisiens, et sa compagne fortunée Renée Gaudin. Georges Bernet avait acheté un terrain à l'écart du centre historique de Saint-Tropez, s'étirant en profondeur au droit de la Nationale 98 et de la mer, avec l'intention de construire un hôtel. Un projet ambitieux résulte de leurs discussions, alors même que Saint-Tropez est encore un modeste port de pêche. Tôt célébré par des peintres (Signac...), le village est encore peu investi, à quelques rares exceptions (Colette...), par la clientèle parisienne et internationale que requiert un programme d'hôtel de prestige.

Un certain nombre de choix peu assurés et des circonstances socio-économiques défavorables feront que le destin du Latitude 43 sera pour le moins chaotique.

Si l'on compare le projet de cet hôtel avec le programme type des palaces on retrouve les mêmes éléments de base : des espaces collectifs très diversifiés (de repas, de récréation, de mondanité, sportifs et de jeux, commerciaux, etc.), les chambres qui distinguent les résidents et la domesticité, le parc, les nombreux espaces dévolus aux services techniques. En cohérence avec ce programme Pingusson résume et précise celui du Latitude 43 de la sorte : "100 chambres avec 100 salles de bains, 20 chambres de courriers (hommes de confiance qui gèrent toute l'organisation des voyages et des séjours, ndr), 20 chambres de chauffeurs, un casino, un club sportif avec tennis et deux piscines, des boutiques et des commerces importants..." Au regard de cette description les propos de Pingusson associant l'esprit de l'hôtel à la clientèle attendue : "un rêve de retraite simple pour des intellectuels et des artistes...", résonnent comme une contradiction.

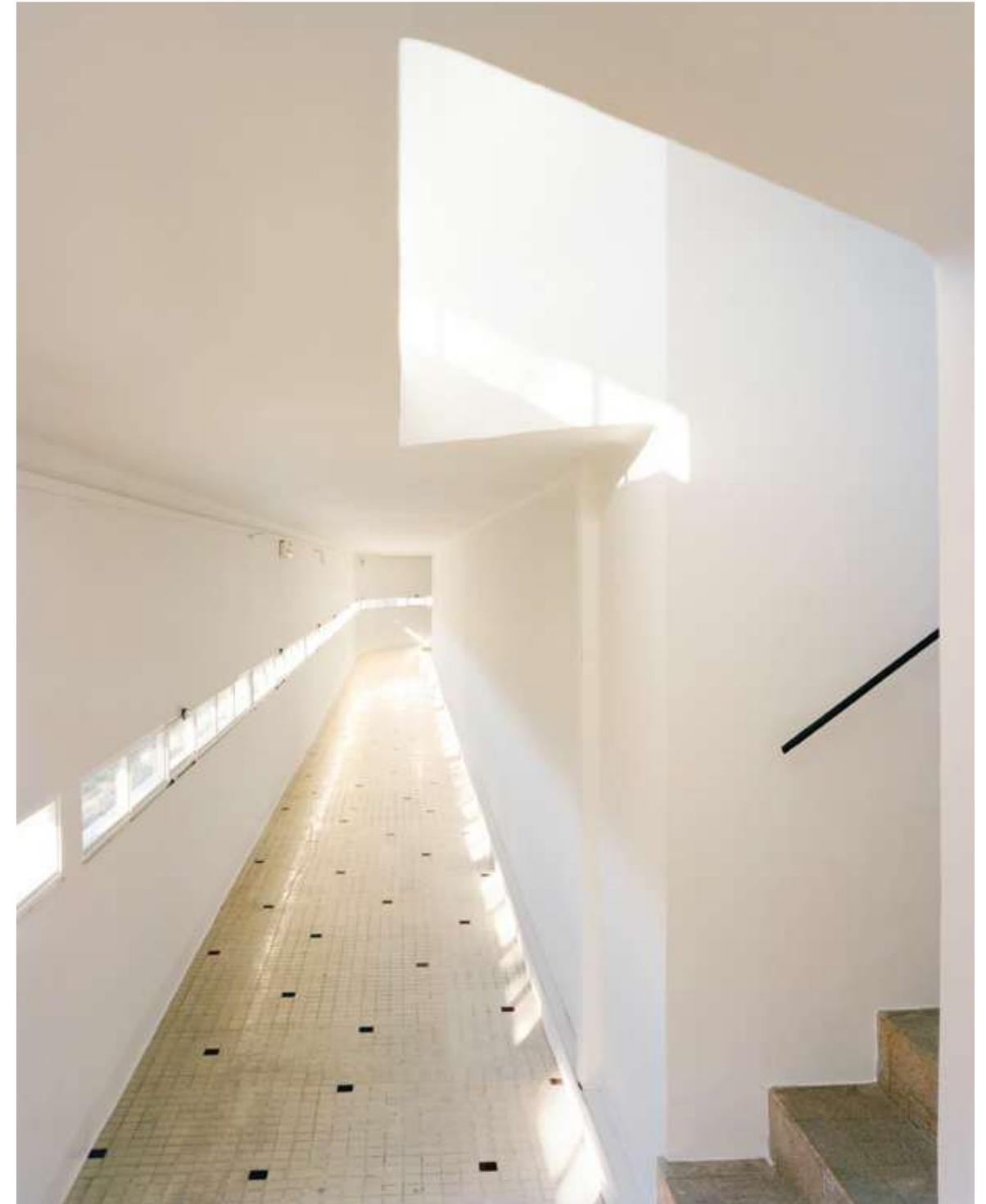


Les premiers plans sont livrés le 19 octobre 1931 et le chantier, extrêmement rapide, s'étale sur les six premiers mois de l'année 1932. En juillet l'hôtel est livré avec ses annexes accessibles à un public extérieur (piscine, casino, dancing). Mais rapidement considéré comme non rentable il est racheté par un milliardaire russe, Georges Khiagine. Dans la période de la guerre qui arrive peu après l'hôtel est réquisitionné par l'État français et successivement occupé par les troupes italiennes, allemandes, américaines et l'État à nouveau. La réouverture est brève et suivie par le rachat du promoteur Lefebvre-Despeaux qui, en 1950, après de lourdes transformations, revend l'édifice divisé en appartements et le terrain en lots.

De fait ces péripéties tiennent à une conjoncture plus générale qui impacte la survie de l'hôtellerie de luxe, sur la Côte méditerranéenne comme sur les littoraux de l'Atlantique et de La Manche. Si elle démarre dès les années 1840, la grande période des

palaces modernes s'étend des années 1890 à la première guerre mondiale. La conjoncture de l'entre-deux-guerres est celle de grands changements dans les domaines du tourisme et de la société : c'est le passage de la résidence d'hiver à la balnéarité d'été, de la concurrence des stations de montagne, de la révolution russe et ses effets sur la riche clientèle qui disparaît, de la crise économique des années 30 résultant du crack boursier de 1929 à New York, du Front populaire et l'amorce timide d'une démocratisation des vacances... C'est ainsi qu'au tournant des années 30 on assiste au déclin de certains palaces. La guerre et les occupations quasi systématiques laissent les grands hôtels dans un état dégradé qui conduira souvent à leur reconversion en copropriétés. Certains, situés en front de mer et dans un contexte urbain central, survivront dans leur fonction d'hôtel à l'instar de ceux des Alpes-Maritimes situés à Nice et à Cannes (Negresco, Ruhl, Carlton, Majestic, etc.). Tel ne fut pas le destin du Latitude 43.

*Le décor des chambres
est sobre et dépouillé,
l'architecte le justifie par
le désir d'une ambiance
monacale propice au
repos et à la méditation.*





UNE COMMANDE ET UN SITE D'EXCEPTION : LE GÉNIE D'UN PARTI EN COUPE

La commande faite à Pingusson est rare, exceptionnelle, elle l'engage dans la conception d'une oeuvre d'art totale. L'architecte dessine tout, du logotype de la société jusqu'à l'ameublement en passant par la vaisselle et les couverts, le papier à lettre, les costumes des différents employés... L'ensemble est en rapport avec l'esprit et les formes les plus avancées de la modernité. Si le mobilier d'extérieur est en bois et les chaises du restaurant en rotin, celui des chambres reprend le principe des structures tubulaires chères au Bauhaus (Stam, Breuer) et aux "Formes utiles" de l'Union des artistes modernes (UAM) créée en 1929 et dont Pingusson sera l'un des plus ardents protagonistes. Le décor des chambres est sobre et dépouillé, l'architecte le justifie par le désir d'une ambiance monacale propice au repos et à la méditation. La contribution de certains artistes est sollicitée. Le hall/salon d'accueil est décoré d'une fresque exécutée par le peintre anglais Harry Bloomfield et les murs des chambres pourvues des oeuvres du peintre anglais Roger Nickalls, un élève d'André Lhote. Le grand tapis du hall est dessiné par l'architecte avec l'aide de sa compagne Micheline Laurent et sera fabriqué par la manufacture de tapis de Cogolin.

La composition architecturale se caractérise par quelques éléments forts. Une grande barre de plus de cent mètres de long se distingue de celles des palaces déjà existants par sa minceur, la pureté de ses lignes sans décor, son traitement non symétrique

(une valeur classique) mais néoplasique et néo-futuriste qui joue sur la dissymétrie et l'opposition entre l'étirement horizontal d'une masse principale et le contrepoint vertical du volume de circulation (à la manière des villas de Rob Mallet-Stevens). Sa subtile inclinaison en partie ouest - que Pingusson justifie par la protection au Mistral qu'il procure - permet en réalité de régler plusieurs questions, le marquage du passage de la route d'accès sous l'immeuble, l'atténuation de la longueur des coursives intérieures...

Le volume principal accueille l'espace de réception et les chambres, à l'exclusion des autres éléments importants du programme qui sont distribués dans le parc. Le bar-restaurant de 300 couverts est à la fois dissocié et directement articulé par des terrasses à l'espace d'accueil et une succession de baies horizontales assurent une transparence vers la mer. Un château d'eau est positionné sur la partie haute, en fond de parcelle, et à l'inverse une piscine olympique d'eau de mer et un casino/dancing ouverts au public extérieur situés près de la route nationale.

La caractéristique principale et originale est le choix d'un parti en coupe pour organiser la distribution des chambres dans la barre. Elle résulte d'une contrainte topographique originale, l'inclinaison de la côte se situant ici au nord. C'est en répondant à ce problème : comment préserver un ensoleillement au sud des chambres tout en leur offrant une vue au nord sur la mer ?; que l'architecte met au point un dispositif en coupe tout à fait original et inédit, des coursives basses situées à mi-hauteur de deux chambres superposées. Les chambres, traversantes, peuvent aussi bénéficier de larges balcons au sud sur l'arrière et de fenêtres en longueur panoramiques au nord mettant en valeur la vue sur la mer.

Le parc planté de pins et cyprès est en grande partie conservé du jardin de la villa préexistante, le "château" Vasserot (qui sera démoli), avec aussi sa pergola, le puits et le tracé du chemin d'origine. Réaménagé ce dernier épouse la topographie et s'incline aux limites du terrain pour passer sous l'imposante barre de l'hôtel - où un massif cylindre marque son inflexion - et achever sa course sous un aérien auvent au pied des circulations verticales. Il offre aux clients de l'hôtel une séquence d'approche fluide et scénographique sur le mode de la découverte progressive.

*Le “style paquebot”,
qui est un des
marqueurs de
la modernité de
l’entre-deux-guerres
marque le caractère
du Latitude 43*



UNE TENTATION DE LA MODERNITÉ : LA MÉTAPHORE DU NAUTISME

Latitude 43, le nom de l'édifice annonce d'emblée la sensibilité futuriste de ce projet moderne, à l'instar de la villa contemporaine, E1027, d'Eileen Gray et Jean Badovici à Roquebrune-Cap-Martin. Dès sa réalisation l'hôtel est salué par la presse et la critique professionnelle. La revue *L'Architecture d'aujourd'hui* lui consacre, c'est inhabituel, vingt pages dans sa livraison de décembre 1932. Elle insiste sur l'ingéniosité du parti en coupe. Mais c'est le programme lui-même qui ne peut que retenir l'attention car il est proche d'un thème, l'immeuble communautaire, apprécié des architectes dans la période, à l'instar de ceux imaginés par les architectes constructivistes soviétiques (les "condensateurs sociaux") et des recherches de Le Corbusier sur les "Unités d'habitation" de "Grandeur conforme" pourvues des "prolongements du logis".

Confié à l'entreprise générale Clavier, le chantier se caractérise par le choix d'une structure en béton armé poteau/poutre avec remplissages de briques. Un dispositif qui n'est déjà plus original à l'époque, adopté pour la construction de nombreux hôtels et villas plus ou moins modernes, comme pour la villa Noailles à Hyères.

L'esthétique qui en résulte n'est pas celle de la vérité constructive, chère à Auguste Perret, mais conforme à la mise en valeur de la plastique des volumes puristes chère à Rob Mallet-Stevens, à Le Corbusier - ses villas des années 20 réalisées selon ces mêmes principes constructifs ne sont que des métaphores de machines - et plus généralement au principal courant de la modernité architecturale qualifié de Mouvement Moderne International.

La référence au nautisme, le "style paquebot", qui est un des marqueurs de la modernité de l'entre-deux-guerres - la grande époque des transatlantiques - marque le caractère du Latitude 43. Le drapeau de l'entrée, la grande cheminée en couronnement de l'édifice, la présence de hublots sur la cage d'escalier, à l'ouest et en partie haute de l'édifice, sont autant de détails qui y contribuent. Mais il y a plus, l'ordonnement des masses elles-mêmes évoque les lignes d'un paquebot, font penser aux superstructures et aux decks d'un navire avec le retrait progressif des terrasses sur la partie supérieure du volume effilé, à l'horizontalité soulignée par les reliefs des courbes. Ces citations nautiques parfois faciles, surtout présentes dans l'architecture Art-déco, sans doute s'imposaient-elles ici, en bord de mer.

Les travaux "d'amélioration" entrepris dès 1937, toujours avec la contribution de Pingusson, n'ont pas altéré l'esprit d'origine mais au contraire amélioré la séquence d'accès (grand auvent), complété la composition des jardins (sculpture/filet d'eau/bassin), investi l'espace de la plage (embarcadère), substitué le caractère enduit blanc moderne à celui jaune-brun d'origine. Plus tard par contre quelques changements importants ont modifié en profondeur l'édifice et son contexte, comme la transformation des chambres en logements et un ensemble immobilier dans le parc réalisé dans les années 80. Un tardif escalier de secours extérieur à la plasticité assumée, au droit du pignon ouest, est même venu compléter la conformité du Latitude 43 au type de l'immeuble collectif moderne.

La relative intégrité de cette désormais copropriété, d'environ quatre-vingts logements, a justifié l'inscription de l'édifice à l'Inventaire Supplémentaire des Monuments Historiques en 1992. Ce titre lui en vaut un deuxième, celui d'Architecture Contemporaine Remarquable (nouvelle dénomination du Label Patrimoine XX^e siècle obtenu en 2001).



Bibliographie indicative

- Briolle Cécile, Repiquet Jacques, "Latitude 43, Saint-Tropez, Georges-Henri Pingusson, architecte, 1932" in *Modernismes, villégiature et projets d'architecture moderne sur la côte varoise*, catalogue de l'exposition présentée par l'ADAC, Brignoles, septembre 1992.
- Texier Simon, *Georges-Henri Pingusson, architecte, 1894-1978*, Paris, Verdier, 2006
- Lavalou Armelle, *La folle histoire du Latitude 43*, Paris, Linteau (du), 2012
- Bonillo Jean-Lucien (dir.) et Bartoli Pascale, *Oser l'architecture. Expérimentations modernes et contemporaines dans le Var*, catalogue d'exposition Hôtel des Arts (Toulon), Conseil général du Var, 2012
- Lavelle Bruno, "Naissance des palaces sur la Côte d'Azur. Évocation de la grande hôtellerie à la Belle Époque" in *Alpes-Maritimes et contrées limitrophes n°203*, Nice, 2013
- Vieux Éric, "Le Latitude 43" in *Freinet-Pays des Maures n°11*, 2014-2015, pp. 69-85
- Bonillo Jean-Lucien (dir.), Bartoli Pascale, Colonna Claudie, Lochard Thierry, *L'architecture du XXe siècle dans le Var. Le patrimoine protégé et labellisé*, Marseille, Imbernon, 2020 (première édition 2010)
- Bartoli Pascale, *Habiter les vacances. Architectures et urbanisme des Trente Glorieuses sur le littoral du Var*, Marseille, Imbernon, 2020



L'architecture du XX^e siècle dans le Var. Le patrimoine protégé et labellisé.

Cet ouvrage documente l'ensemble des 51 édifices labellisés Architecture Contemporaine Remarquable (ACR), par la Direction régionale des Affaires culturelles de la Région Sud-PACA. L'étude couvre une période qui s'étend du début du XX^e siècle aux années 1980. Les quatre séquences retenues : l'entrée dans le siècle, l'entre-deux-guerres, la Reconstruction et les Trente Glorieuses sont traitées avec une introduction générale et des fiches synthétiques pour chaque édifice. Ces dernières abordent le contexte, la biographie de l'architecte et l'analyse architecturale.



Habiter les vacances. Architectures et urbanisme des Trente Glorieuses sur le littoral du Var

Cette publication traite du renouvellement de l'urbanisme et de l'architecture liés au programme des vacances dans la période des trois décennies qui suivent la Seconde Guerre mondiale. Elle illustre notamment la diversité des villages de vacances proposés dans le cadre des nouvelles pratiques balnéaires. Ces réalisations visent un large éventail de publics, des plus bourgeois aux plus populaires. Avec leur dimension communautaire affirmée et les préoccupations naissantes concernant la protection des paysages, ces programmes sont des occasions d'expérimentation pour les architectes.

Latitude 43: Gambling on modernity

Latitude 43 is a modern palace that was designed and built at the beginning of the 1930s after a decade of impressive architectural achievements by the first, and so-called heroic, generation of the Modernist Movement. As early as the 1920s, some of these architects had already demonstrated their new sensibility through commissions to design holiday homes along the Var coastline, including Robert Mallet-Stevens, Pierre Chareau, Djo-Bourgeois, Pierre Barbe, and Le Corbusier. During this same period, Georges-Henri Pingusson, in association with the architect Paul Furiat, was building more traditional villas in the Alpes-Maritimes and the Var. This work was for a clientele that wasn't as open to avant-garde design and didn't embrace the fusion of forms that conjured themes such as functional modernity, Art Deco, and neo-regionalism. However, the commission for a large hotel in Saint-Tropez would lead Pingusson to join a tightly knit group of the most radical Modernist architects. And this path would lead him to a place on the editorial board of *L'Architecture d'Aujourd'hui*, the iconic magazine of the Modernist movement.

Changes in the tourism market: the hazards of a modern palace

Pingusson provided details of the conditions that led to this landmark commission. It was the result of a chance encounter at the port of Sainte-Maxime with fellow yachting enthusiasts Georges Bernet, who was a former Parisian hotel manager, and his wealthy companion, Renée Gaudin. As it happened, Bernet had bought a piece of land that stretched between the Nationale 98 roadway and the sea outside of the historic center of Saint-Tropez, and his objective was to build a hotel. An ambitious project emerged from that encounter, even though Saint-Tropez was still a modest fishing port. While the town was once celebrated by painters (Signac...), beyond a few notable exceptions (Colette...) Saint-Tropez wasn't frequented by the Parisian and international clientele needed to make a prestigious hotel viable. A certain number of questionable choices and unfavorable socio-economic circumstances would render the destiny of Latitude 43 chaotic, to say the least.

If we compare this hotel project with the typical design of palaces, we find the same elements: diverse communal spaces (for meals, recreation, socializing, sports and games, business meetings, etc.), rooms that distinguish residents from domestic staff, a park and gardens, and numerous spaces dedicated to technical services. Pingusson summarized the Latitude 43 project as follows: *"100 rooms with 100 bathrooms, 20 courier rooms (trusted men who manage the organization of trips and stays, author's note), 20 dri-*

vers' rooms, a casino, a sports club with tennis and two swimming pools, shops, and major businesses..." However, considering this description and the hotel's expected clientele, Pingusson's words evoking the hotel as *"a dream of a simple retreat for intellectuals and artists"* resonate as a contradiction.

The first plans were finalized on October 19, 1931, and the rapid construction work took place over the first six months of 1932. In July, the hotel was delivered with certain facilities accessible to the outside public (swimming pool, casino, dance hall). But the hotel was soon considered unprofitable, and it was purchased by a Russian billionaire, Georges Khiagine. When the war period began, Latitude 43 was requisitioned by the French government and then occupied by Italian, German, and American troops, before being taken over by the French government again. The hotel briefly reopened, but it was later purchased by the property developer Lefebvre-Despeaux. After extensive renovations to divide the building and the separation of the land into lots, the entire property was sold in 1950.

These proceedings were linked to the general economic situation that was impacting the luxury hotel industry on the Mediterranean coast, as well as on the Atlantic and the English Channel coasts. Although it began in the 1840s, the grand era of modern palaces lasted from the 1890s to the First World War. The inter-war period saw significant changes in both tourism and larger society: the transition from winter residences to summer seaside resorts, competition from mountain resorts, the Russian Revolution that led to the disappearance of affluent Russian clientele, the New York stock market crash of 1929 and the resulting economic crisis of the 1930s, the emergence of the left-wing Popular Front in France and the timid beginnings of the democratization of holidays... This is why, at the turn of the 1930s, certain palatial hotels saw a decline in business. Then, the Second World War and the almost systematic occupation of hotels by troops and governments left these hotels damaged, which often led to their conversion into apartments. Some of these palaces, located on the seafloor or in city centers, survived as hotels, such as those in Nice and Cannes (Negresco, Ruhl, Carlton, Majestic, etc.). However, this was not the fate of Latitude 43.

An exceptional commission and site: the genius of the layered approach

The commission given to Pingusson was an extraordinary opportunity to create a total work of art. The architect designed everything from the company's logo to the furnishings, including crockery, cutlery, stationery, and even the uniforms of the various employees...

The entire ensemble was in keeping with the spirit of the site and the most advanced forms of modernity. While the outdoor furniture was made of wood and the chairs in the restaurant of rattan, the furniture in the rooms was based on the tubular structures dear to the Bauhaus (Stam, Breuer) and the "Useful Forms" of the Union of Modern Artists. (The UAM design movement was launched in 1929, and Pingusson would become one of its most ardent protagonists.) The decoration of the rooms at Latitude 43 was sober and uncluttered, as the architect desired a monastic atmosphere conducive to rest and meditation. Several artists were asked to contribute. The lobby/entry hall was decorated with a fresco by the English painter Harry Bloomfield, while the walls of the rooms were hung with works by the English painter Roger Nickalls, a pupil of André Lhote. The architect himself designed the large carpet in the hall with the help of his partner, Micheline Laurent, and it was woven by the carpet factory in Cogolin.

The architectural composition was notable for several elements. It was an imposing building that was more than one hundred meters long with a unique slimness, pure and unadorned lines, and a non-symmetrical design (a classical value). There were also the new forms and neo-futuristic touches that enhanced the asymmetry and juxtaposed the horizontal span of the building's central mass with the volume of the vertical circulations (in the manner of Robert Mallet-Stevens' villas). The structure's subtle inclination in the western part—which Pingusson argued was needed as protection from the Mistral wind—also made it easier to settle on other decisions, such as the route of the passage under the building and the shortening of the interior passageways.

The building's main volume held the reception area and the bedrooms, with other important design elements distributed throughout the property. The 300-seat bar/restaurant was physically separated from the reception area but linked with patios, while a succession of horizontal openings provided views of the sea. A water tower was positioned on the upper part of the land towards the back of the property, and this was balanced by the Olympic-sized seawater swimming pool and the casino/dance hall located near the main road.

The main and the most original design feature was the choice to slice the structure into layers to optimize the placement of the rooms. This was necessary because of the topographical constraints of property as it sloped down to the coastline in the north. The challenge was to preserve the southern sunlight to the rooms while also offering views of the sea. The architect developed a unique sectional layout with low pas-

sageways located midway between two superimposed rooms. The rooms traversed the building and benefited from large southern balconies and wide panoramic windows to the north that enhanced the view of the sea.

The park, with its pines and cypresses, pergola, well, and pathway, was largely preserved from the pre-existing villa, the "Chateau" Vasserot. (This villa would eventually be demolished.) The pathway, which was reshaped to match the topography, sloped down to the edge of the land, passing below the imposing hotel building—where a massive cylinder marked the point of the path's inflection—and ended under a canopy at the foot of the vertical circulations. It offered guests a fluid and scenic approach to the hotel that unfolded in a sequence of discoveries.

Tempted by modernity: a nautical metaphor

With its very name, Latitude 43 immediately announced the futuristic spirit of the building, in the manner of the contemporary villa E-1027 in Roquebrune-Cap-Martin that was designed by Eileen Gray and Jean Badovici. From the moment it was built, the press and professional critics celebrated the hotel. *L'Architecture d'Aujourd'hui* devoted a remarkable 20 pages to the building in its December 1932 issue. The article emphasized the ingenuity of the layered sections; however, it was the global design that attracted the most attention because it embraced the notion of the "community building" that architects so deeply appreciated during that period. It could be seen as following the example of the Soviet constructivist architects (the "social condensers") and Le Corbusier's work on the "Unité d'habitation" with its standard sizes and extensions of the dwelling spaces.

The general contractor Clavier oversaw the construction, and it was characterized by the choice of a reinforced concrete column/beam structure with brick fillings. This technique was already well-known and had been used for the construction of other hotels and villas that, more or less, adopted a Modernist style, such as the Villa Noailles in Hyères.

The resulting aesthetic wasn't the *"truth in construction"* espoused by Auguste Perret, but instead used forms to enhance purist volumes. This idea was dear to Robert Mallet-Stevens, to Le Corbusier (he built his 1920s villas according to these principles to create metaphors for machines), and, more generally, was part of the overall philosophy of architectural modernity that would become known as the Modern International Movement.

The reference to sailing, the "ocean liner style", which was symbolic of modernity in the inter-war period—the era of the great transatlantic races—distinguished the character of Latitude 43. The flag at the entrance, the large chimney atop the building, the presence of porches on the stairwells to the west and in the upper part of the building are all details that contribute to this ambiance. But there is more, the arrangement of the masses themselves evoked the form of an ocean liner. The building was reminiscent of the superstructure and the decks of a ship, from the gradual retreat of the balconies on the upper part of the tapered volume to the horizontality underlined by the reliefs of the passageways. These nautical references, which are sometimes easy to find, especially in Art Deco architecture, were undoubtedly essential here, so close to the sea.

In 1937, work began to "improve" the building. It was done with input from Pingusson and did not alter the original spirit of the building. Instead, it improved the access sequence (large awning), completed the composition of the gardens (sculpture/stream of water/pond), occupied the beach area (jetty), and replaced the original yellow-brown plaster with characteristically modern white plaster. Later, however, significant changes would profoundly modify the building and its context, such as the transformation of the rooms into apartments and the construction of a housing complex in the park in the 1980s. Given its form, the late addition of an external emergency staircase at the right of the west wing actually placed Latitude 43 in perfect harmony with the style of the modern apartment building.

Today, Latitude 43 has about 80 apartments, and the architectural integrity of the privately-owned cooperative led to its certification as an official historical monument in 1992 (the French government placed it on the prestigious "Inventaire Supplémentaire des Monuments Historiques"). It has since received further recognition, having been bestowed with the French certification for remarkable contemporary architecture in 2001 (previously known as "Label Patrimoine XX^e siècle").



Le Merlier
Ramatuella

BIG

Home

Un florilège des plus belles adresses déco,
maison, archi et jardin.

SHOWROOM B&B ITALIA

134



« **B**&B Italia fait partie de l'histoire du design, certaines pièces sont iconiques. Nous venons par exemple de recevoir le canapé vintage Camaleonda, une pièce très forte la marque... Il a été conçu par Mario Bellini et a connu un grand succès dans les années 70. Depuis toujours, l'entreprise B&B Italia édite des meubles prestigieux, dessinés par des designers de talent, la table Seven Jean-Marie Massaud par exemple, ou le fauteuil Big Mama de Gaetano Pesce... Chaque meuble exige un savoir-faire unique. Les matériaux utilisés sont

magnifiques et tout est fabriqué au nord de Milan. Le showroom a été pensé comme une habitation et nous l'avons organisé par univers : outdoor, cuisine, salon, salle à manger. Je travaille souvent avec des architectes et des décorateurs d'intérieur locaux sur des projets d'ameublement de résidents étrangers. Nous travaillons en amont du déménagement, lorsque les clients arrivent dans leur maison, tout est prêt ! Chaque année, les collections sont renouvelées. Je les choisis au salon du design de Milan et je m'imprègne de leur histoire pour pouvoir la raconter. »

READ IN
ENGLISH
P. 175

Repousser les limites du design. Allier l'harmonieux et le fonctionnel. Voilà en quelques mots l'état d'esprit de la marque B&B Italia, fondée en 1966 par la famille Busnelli. Proposer un espace élégant dédié aux plus belles pièces de la marque. Voilà en une phrase celui de Christophe Papa, qui a ouvert en 2017 le troisième showroom B&B Italia de France. Avec lui, le grand nom de l'ameublement design italien est désormais présent dans la plus mythique des villes françaises : Saint-Tropez. Ici, sur 200 m² agencés avec raffinement, on retrouve les plus belles créations de la marque B&B Italia, mais aussi la gamme Maxalto et les cuisines Arclinea. Une véritable promenade au cœur du design...

Showroom B&B Italia
Avenue du maréchal Foch
Saint-Tropez
contact@bebsttropez.fr
04 94 45 77 20



ARCHITECTURE D'INTÉRIEUR

JEANNE VIEILLECROZE

136



Architecte : Atelier Herve Tezier / photos : Mireille Boabert

« **Q**uand je pense un lieu, je dois d'abord comprendre la manière de vivre, les habitudes et les envies de mes clients. Dans un premier temps, je propose des images d'inspiration pour être sûre que l'on parle le même langage.

Ensuite, je propose un carnet de détails qui regroupe tous les éléments indispensables au bon déroulement d'un chantier. Je réalise des plans avec les robinetteries, les sanitaires, la lustrerie et bien entendu les meubles.

Après validation de l'ensemble et les commandes de meubles passées, je mets en place les villas. Quand les clients arrivent chez eux, tout est installé : les meubles sont montés, les lits sont faits, les coussins sont sur les canapés, les serviettes dans la salle de bains.

Mon principal objectif : allier l'esthétique et le fonctionnel tout en proposant des pièces ou objets atypiques auxquels les clients n'auraient pas pensé sans mon intervention. »

READ IN
ENGLISH
P. 175

Entière, créative, perfectionniste, Jeanne Vieillecroze n'a pas peur de réorganiser les volumes, de faire tomber les cloisons et de laisser entrer la lumière. Initiée au chantier par son père, l'architecte François Vieillecroze, alors qu'elle était enfant, elle savait déjà au collège ce qu'elle voulait faire plus tard : architecte d'intérieur. Faire fabriquer une table de 5 mètres de long, réaliser une tête de lit avec un ancien portail, placer une baignoire au milieu d'une chambre Jeanne sait travailler avec les artisans les plus talentueux pour répondre aux demandes de ses clients et proposer des idées qu'ils n'auraient pas imaginées. Villas, appartements, résidences meublées, hôtels, restaurants... rien ne résiste à sa créativité sans limite.

Jeanne Vieillecroze
Architecture d'intérieur
Interior Design
Illustrations, plans
et maquettes

07 71 44 15 28
04 94 55 80 80
info@sarl-ipm.com
www.jeannevieillecroze.com



DESIGNER D'ESPACES ET DE MOBILIER

FLORENCE WATINE

138



« **C**e que j'aime, ce sont les maisons et les gens... Je m'imprègne, j'écoute et j'observe pour créer un lieu qui corresponde à ses habitants. J'ai passé tous les étés de mon enfance dans une petite maison en pierre sèche posée sur la plage de Gigaro. Je construisais des cabanes dans les arbres du cap Lardier et dans ma chambre, je créais un univers selon les saisons. La lune, les étoiles filantes, le sel, le vent... ce qui m'inspire, m'anime et me nourrit encore aujourd'hui, c'est la nature. J'aime le bois, le métal, les matériaux qui durent. J'ai com-

mencé à concevoir des meubles destinés à l'édition en 2010. Quand j'en dessine un, j'ai envie qu'il dure, qu'il se transmette.

Je n'exerce pas mon métier, je le vis, je le ressens à chaque instant. Ça n'est pas une posture, c'est un état d'esprit. J'ai installé mon agence à Saint-Tropez, puis à Paris, et je suis revenue à La Croix-Valmer en 2000. Je collabore avec les mêmes entreprises depuis des années. J'ai un grand respect pour les artisans avec lesquels je travaille. C'est grâce à eux que ce que j'imagine prend forme. »

READ IN
ENGLISH
P. 175

La tête sur les épaules et les yeux vers les étoiles, Florence Watine possède à la fois l'intelligence des matériaux, la conscience des volumes, l'expérience des chantiers et la poésie des enfants. Qu'elle imagine un salon ou qu'elle conçoive une maison complète, qu'elle dessine un luminaire, un fauteuil ou une table basse, l'alchimie opère. Justesse de la forme, douceur des matières, pureté des lignes... les villas, hôtels et restaurants de Saint-Barth, Madrid, Aix-en-Provence, Saint-Tropez ou d'ailleurs dans lesquels elle a mis son âme et son talent présentent tous le même raffinement dans la simplicité. Marquée par ses voyages, la plus littéraire des designers crée comme on respire et sublime les espaces avec une évidence envoûtante.

Florence Watine
06 07 08 51 45
florence.watine@gmail.com
www.florencewatine.com



SABLE D'OR

DÉCORATION ET CARRELAGES

140



« Notre mot d'ordre, c'est de prendre le temps. On peut avoir les plus beaux produits du monde, si on n'est pas à l'écoute, ça ne sert à rien ! Il y a les visiteurs de passage qui flânent dans les différents univers... Il y a aussi les gens qui viennent avec leur carreleur ou leur architecte pour être sûrs de ne pas se tromper. Tous les profils sont les bienvenus, notre offre est large pour répondre à toutes les envies. Cette activité, c'est une histoire de famille. Dans les années 60, mon grand-père rapportait à Grimaud des

terres cuites d'Espagne et d'Italie, mais c'est ma mère qui a créé Sable d'Or. Petite fille, ils m'emmenaient avec eux dans les salons de matériaux. J'ai toujours baigné dans cet univers. Ce que j'aime, c'est créer des ambiances, donner vie à des pièces. C'est tellement important de se sentir bien chez soi. J'aime beaucoup la terre cuite. Il y a mille façons de la travailler, elle peut être contemporaine, design, traditionnelle, avec ou sans effets. C'est un produit naturel, qui évolue avec le temps, change selon les saisons. Certains modèles sont absolument magnifiques. »

READ IN
ENGLISH
P. 175

Côté revêtements de sol, le choix est infini - terres cuites, grès cérame, marbres, carreaux, mosaïques, zelliges... pour le salon, la chambre, la salle de bains, le garage ou la terrasse. Côté déco, l'offre est tout aussi vaste : mobilier intérieur et extérieur, tapis, linge de lit, bougies, miroirs, luminaires... Ici, matériaux basiques, produits d'exception, finitions simples ou précieuses savent trouver leur public, qu'il s'agisse de particuliers à la recherche du revêtement de leurs rêves, d'architectes et de décorateurs friands de nouveautés ou en quête d'inspiration. Florence Bec, sa fille Charlotte, et l'équipe qui les accompagne savent orienter les choix tout en délicatesse.

Sable d'Or
décoration et carrelages
Florence et Charlotte Bec
110, rue des Narcisses
Cogolin

www.sabledorliving.com
04 94 56 11 01

Ouvert toute l'année
du lundi au samedi
9h-12h30 / 14h30-18h





Lavoir de la citadelle
Saint-Tropez

BIG

Style

Un joli choix de lieux dédiés à la mode
pour un shopping aux inspirations variées...

BLABLA ST-TROPEZ

www.blablasainttropez.com



BLA BLA, LA BOUTIQUE DONT TOUT LE MONDE PARLE

C'est une caverne colorée où l'on dénicher des trésors, un lieu hors des sentiers battus, bohème, ethnique, incontournable, tropézien, culte. Et si certaines célébrités y ont pris leurs habitudes, ce n'est certainement pas un hasard : les femmes qui ont imaginé ce lieu il y a plus de 40 ans ont un véritable don pour dénicher les plus belles pièces de créateurs.

Le premier Bla, c'est Viviane Vidal de la Blache. Le second, c'est Marie-Christine Blanc. Bla Bla, simple, logique, amusant ! Malgré des parcours divergents avant leur rencontre, ces deux femmes volontaires ont toujours eu un pied dans la mode. L'histoire commence au début des années 70 avec la première des deux "Bla", Marie-Christine, qui est alors à la tête de deux boutiques de prêt-à-porter baptisées La Grande Truanderie. L'une se trouve rue Saint-Denis à Paris, l'autre sur le port de Saint-Tropez. Dix ans plus tard, Marie-Christine se marie, délaisse momentanément le prêt-à-porter pour élever des chèvres et vendre des fromages à Saint-Tropez avec son amoureux... "J'ai fini par quitter chèvres et mari pour revenir à mes premières amours : la mode." C'est alors qu'entre en scène la seconde "Bla", Viviane. Elle aussi a eu une vie parisienne riche, évoluant au milieu de jeunes créateurs - Agnès b., Castelbajac Nicole Farhi - qui travaillent au côté de son père, Zyga Pianko, fondateur de la marque Pierre d'Alby. Malgré son amour de Paris, elle aussi décide un jour de changer de vie ! Nouveau départ pour Saint-Tropez avec trois enfants et un mari magnifique. Sa boutique de vêtements tropézienne, elle l'ouvre avec une première Marie. Le lieu passe par plusieurs noms avant de devenir "Bazar, dit-elle" (en référence à Marguerite

Duras... car les deux femmes sont férues de littérature). Puis ce sera "Bla Bla", juste après la rencontre avec Marie-Christine. Les trois femmes deviennent amies, puis associées. Trois femmes libres, encore portées par les idées et les belles utopies de Mai 68.

Nous sommes dans les années 80. Trente ans plus tard, la première Marie est partie vers d'autres rêves, mais la boutique est toujours là. Viviane et Marie-Christine aussi, plus que jamais fidèles à l'air du temps. "Nous avons le même état d'esprit que nous avions alors. Nous avons toujours eu notre propre conception de la mode, nous suivons nos envies, nos coups de cœur." La preuve ? La découverte perpétuelle de créateurs et créatrices prometteurs à travers le monde : Bokja pour le Liban, Siyu pour l'Espagne, Avant toi et Niù pour l'Italie, Gilda Midani pour le Brésil, Yavi pour l'Inde, One Season pour l'Australie, et pour la France, Jamin Puech, Zazo, Leon & Harper ou encore V de Vinstler... "des noms derrière lesquels se cachent des coups de cœur, mais aussi des hommes et des

femmes devenus au fil du temps des amis". Dans les rayons, sur les cintres, les genres et les couleurs se mélangent. Les matières - lin, soie, coton, cachemire, laine, peaux et même paillettes ! - se multiplient dans un fantastique patchwork chic et décontracté qu'on aime découvrir ou redécouvrir à l'infini...

DATES CLÉS

1970

Ouverture des boutiques La Grande Truanderie à Paris et à Saint-Tropez

1978

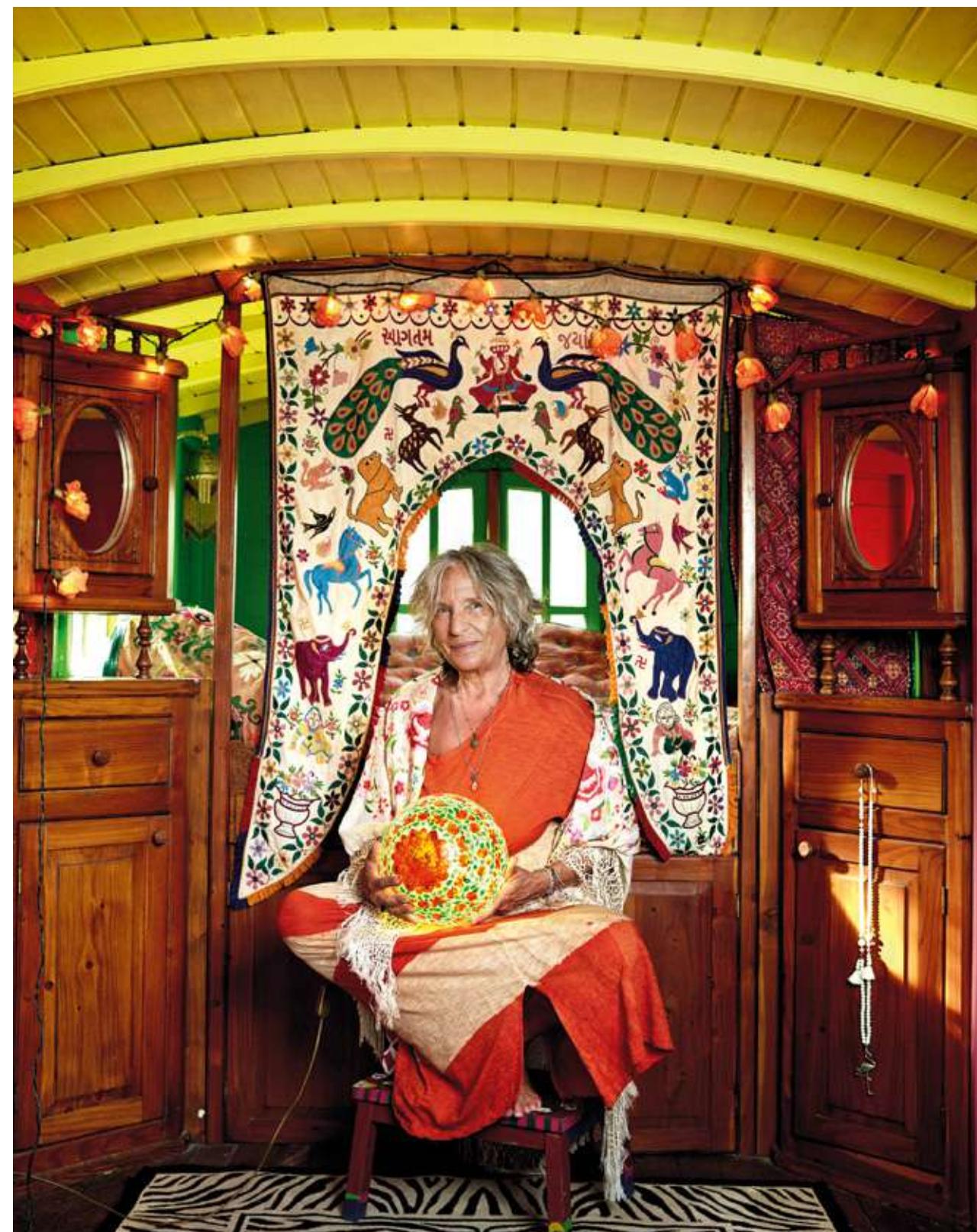
Arrivée de Viviane à Saint-Tropez

1982

Rencontre de Viviane Vidal de la Blache et Marie-Christine Blanc

1990

Leur boutique "Bazar, dit-elle" devient "Bla Bla"





Place de la Garonne, 83990 Saint-Tropez

108 rue Paradis, 13006 Marseille

8 Avenue George V, 75008 Paris

44 rue Etienne Marcel, 75002 Paris

BYMARIE.COM

BYMARIE

FASHION & JEWELRY CONCEPT STORE



Photographie : Charlotte Lupalus

gasbijoux.com



Place de la Garonne, Saint-Tropez

LE CHARME ÉLÉGANT DE L'EXTRAVAGANCE

Unique. Solaire. Familial. Artisanal. Pour définir la marque, les mots sont nombreux, mais aucun n'est assez évocateur pour dire le plaisir à créer, l'esprit fantasque et l'extravagance élégante qui animent la maison Gas Bijoux toute entière. À sa tête, un trio familial incroyablement attachant, profondément humain et absolument brillant : André, Marie et Olivier.

Le destin d'une vie tient à peu de choses. Un mouvement révolutionnaire, la volonté de ne pas imposer une vie de bohème à sa famille et la rencontre avec une ville hors du commun : Saint-Tropez... C'est la jolie manière dont André Gas résume son parcours. Alors que le jeune Marseillais est étudiant aux Beaux-Arts à Paris, Mai 68 vient changer ses plans. Il doit arrêter ses études. *"Je vendais des tableaux et des gravures pour avoir de l'argent de poche. Puis sont venus les bijoux, j'en ai fait mon métier. Je voulais être artiste, je suis devenu artisan! Je ne l'ai jamais regretté."* L'été, c'est sur les plages les plages du Sud qu'il vend ces bijoux qu'il fabrique. Puis il découvre Saint-Tropez et n'en partira plus. Il s'installe place de la Garonne : *"Notre boutique porte-bonheur, un véritable navire amiral. Des clientes y ont pris leurs habitudes, puis leurs filles et maintenant leurs petites-filles!"*

Chaque année, sa fille Marie, directrice artistique de la marque, impulse de nouvelles tendances, crée des collections et imagine des bijoux. Des modèles spécifiques sont alors créés pour Saint-Tropez. *"Nous sommes à l'écoute de ce qui plaît aux Tropicaines"* précise Olivier, son frère, PDG de la marque. *"Nous fabriquons depuis toujours en flux tendu et nous contrôlons tout le système de fabrication, tout se fait à Marseille,*

à la main, dans l'atelier historique de mon père. Nous avons là des stocks de matières et matériaux, plumes, raphias, coquillages, perles... qu'il rapporte de ses voyages depuis 50 ans ! Chacun vient piocher dedans et apporte ses idées et sa créativité. Nous sommes restés

une entreprise très artisanale." Et c'est une réalité. Si ses bijoux se vendent de Marseille à Bordeaux, de New York à Milan et de Tokyo à Tel-Aviv, André Gas n'en a pas pour autant perdu le Sud. Il est toujours resté dans son atelier de bric et de broc. Et pour saisir toute la personnalité de Gas Bijoux, il faut venir sentir l'ambiance de ce lieu hors du temps, écouter les émailleuses, les soudeurs, la soixantaine d'artisans qui travaillent là, sur les hauteurs de Marseille, raconter leur quotidien au côté d'un créateur qui place la liberté, la tolérance et la coopération au dessus de tout. *"Je leur dois beaucoup, certains sont là depuis plus de 30 ans."* Et si la marque Gas Bijoux est ce qu'elle est, André le clame haut et fort, c'est aussi grâce à Marie et Olivier. *"Ils ont structuré les choses, apporté une modernité, créé la boutique en ligne. Ils sont doués, travailleurs, éthiques. J'ai beaucoup de chance."* Et le résultat est là. Les pièces qui sortent de l'atelier sont à l'image de leurs méthodes de fabrication : inattendues, généreuses et pleines de fantaisie.

DATES CLÉS

- 1969** Création de Gas Bijoux
- 1971** Ouverture de la boutique tropézienne
- 1993** Ouverture de la boutique parisienne
- 2001** Arrivée de Marie et Olivier
- Ouverture de la boutique new-yorkaise
- 2011** Gas Bijoux labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant



PAR AMOUR DU BEAU

Rien n'est là par hasard. Tout est sélectionné avec le même soin depuis 20 ans, avec la même soif d'inédit, la même gourmandise... Les sens en éveil, Marie Gas cherche, trouve et met en lumière des créateurs et créatrices d'ici et d'ailleurs. Leurs vêtements, sacs, accessoires et bijoux peuplent les boutiques BY MARIE avec originalité et fantaisie.

« Derrière les vêtements que je choisis, je cherche une énergie créatrice, un savoir-faire et une histoire à raconter. J'aime beaucoup quand l'artisanat d'un pays est revisité par un créateur. » Marie Gas sait de quoi elle parle : l'énergie, la création et le savoir-faire sont les trois fées qui ont bercé son enfance puisqu'elle a grandi au milieu des perles, plumes et coquillages de l'atelier marseillais de son père, André, créateur de la marque Gas Bijoux dont elle est aujourd'hui directrice artistique. «Après des études de droit et quelques séjours aux Etats-Unis, j'ai préféré rejoindre mon père et l'aider à ouvrir sa première boutique d'accessoires et de vêtements à Paris... et j'ai rapidement découvert le plaisir de la sélection». À l'époque, les concept stores ne sont pas très répandus et la tendance est aux collections minimalistes, sombres. Le noir est partout.

La première boutique BY MARIE arrive alors dans la capitale comme un rayon de soleil. La sélection, colorée, lumineuse, d'un chic solaire, ne ressemble à rien de ce qui est proposé ailleurs. Au fil des années, Marie affine sa vision très personnelle de la mode, une identité absolument unique se dessine. «Je recherche la rareté, le raffinement et l'originalité. Quand quelque chose me plaît, c'est instinctif et immédiat !»

Pour son travail de recherche, Marie fréquente les salons, mais compte aussi sur le hasard de la vie et des rencontres. «J'ai beaucoup voyagé à une certaine époque. Aujourd'hui, c'est moins primordial. Beaucoup de créateurs viennent en France. Désormais, ce sont les marques qui viennent à moi !»

Paris, Marseille, Saint-Tropez, chaque boutique est différente, mais on y retrouve des créateurs et créatrices de talent : Mira Mikati, Isabel Marant Étoile, Ulla Johnson, Harris Wharf London, Michel Vivien, Lutz Morris, Yvonne S, et également des pièces de joaillerie réalisées par Dorette ou encore Marie Lichtenberg... À Saint-Tropez, BY MARIE a pris ses quartiers place de la Garonne il y a quinze ans, à côté de la boutique Gas Bijoux. La sélection est ici plus estivale. «L'état d'esprit, c'est "buy now, wear now", on est vraiment dans l'ultra-désirable, dans la spontanéité. Je trouve ça merveilleux de proposer des collections que l'on peut porter tout de suite. Saint-Tropez est un lieu très réactif à la mode. Ici, je m'autorise plus de fantaisie.» À l'évidence, le village tropézien a une place particulière dans l'histoire de Gas : il y a 50 ans, André y ouvrait sa première boutique de bijoux. «J'y passe à l'ouverture de chaque saison. C'est un rendez-vous important pour moi.»

DATES CLÉS

Fin des années 90

Marie renonce au barreau

2000

Ouverture de la 1^{ère} boutique BY MARIE à Paris

2001

Ouverture de la boutique BY MARIE de Saint-Tropez



HERO SEVEN



PARIS

LYON

MARSEILLE

ST TROPEZ

NICE

SHOP ONLINE HEROSEVEN.COM

IYÜ

Design

iyudesign.fr

@tcommetherese ©François Prost



SOUS LE SOLEIL EXACTEMENT

« *Redonner son juste prix à un accessoire incontournable* », voilà ce qui a motivé Jean-Christophe Varesano, ancien représentant en prêt-à-porter devenu agent commercial, quand il a décidé de lancer la marque IYÜ Design. De jolies petites paires de lunettes franchement design à des prix abordables... l'idée ne pouvait évidemment que fonctionner !

La première paire de Havaianas arrivée sur le sol français, c'était lui ! Le premier T-Shirt American Vintage, encore lui ! Jean-Christophe Varesano est assurément un dénicheur. Dénicheur de marques, dénicheur de tendances, dénicheur de talents et de succès... Et une chose est sûre : cet étonnant agent commercial et entrepreneur méditerranéen, qui déclare adorer les bords de mer, aime aussi flâner l'air du temps. Trouver la bonne idée, proposer le bon produit... et si possible le faire avant tout le monde, voilà la ligne de conduite de cet homme audacieux qui transforme tout ce qu'il touche en réussites commerciales. Ses affinités avec la mode et les affaires l'ont conduit dans de multiples aventures et lui ont fait parcourir le monde... *"Partout, je voyais que les accessoires prenaient de l'importance, alors j'ai commencé à m'intéresser de plus près aux lunettes de soleil."* Associé à ses deux frères dans cette affaire, il part en Asie étudier le marché et les possibilités de fabrication. *"J'y ai trouvé un partenaire de confiance : une entreprise américaine très professionnelle, spécialisée dans les lunettes de soleil et ayant ses propres usines*

de production." La marque IYÜ - un nom d'inspiration japonaise auquel Jean-Christophe a ajouté des trémas - peut alors se développer sereinement. *"Je travaille les collections avec des stylistes en variant les matières et les formes des montures et les couleurs des verres."* Son inspiration, Jean-Christophe la puise dans les livres, les magazines et pendant ses voyages : *"Quand je suis dans un aéroport, à Tokyo, Londres ou Dubaï, j'ai des yeux partout, à la recherche d'idées de design inédits."* Résultat : des montures originales, une protection aux normes françaises et européennes et une qualité irréprochable... Et comme ce dingue de mode adore tout avoir dans sa garde-robe en 10 exemplaires, il a décidé de proposer ses créations à des prix aussi séduisants que leur style (entre 29 et 49 euros). *"On peut s'en offrir plusieurs paires et assortir ses lunettes à ses vêtements... C'est sympa, simple et facile : tout ce que j'aime !"*

La première boutique IYÜ a ouvert à Bandol il y a 4 ans. Saint-Tropez, Sanary, Bastia et Juan-les-Pins ont suivi, et Jean-Christophe compte bien embarquer IYÜ vers d'autres bords de mer à travers la planète...

DATES CLÉS

- 2015**
Lancement de IYÜ
- 2016**
Ouverture de la première boutique à Bandol
- 2020**
Ouverture de la boutique de Saint-Tropez

READ IN ENGLISH
P. 177





Un style authentique inspiré par des moteurs et des circuits de légende

www.classiclegendmotors.com

[@classiclegendmotors](https://www.instagram.com/classiclegendmotors)

LE BAZAR CHIC DU CLUB 55

C'est une cabane sur la plage, qui résiste à tout et même au temps. Chaque été depuis 40 ans, elle est toujours là. Quelques planches, une terrasse, un auvent, des canisses. Simple, accueillante, généreuse, elle s'est refait une beauté l'an dernier mais a gardé son esprit bohème. Il y a là des coussins dans lesquels on voudrait plonger, des maillots de bain dans lesquels on rêve de nager, des paréos sublimes, de jolies pièces décontractées, et les hommes et les enfants ne sont pas oubliés... Bref, on y trouve tout ce qui peut être utile sur la plage, le nécessaire comme l'accessoire... En résumé, un joyeux petit bric-à-brac arrangé avec goût par Corinne de Colmont qui a su insuffler à ce lieu un je-ne-sais-quoi absolument unique.

« **M**ai 68 m'a beaucoup marquée, j'ai été élevée par des parents jeunes, très libres et anticonformistes. Alors ce n'est peut-être pas un hasard si cet endroit est inclassable... C'est une véritable

caverne d'Ali Baba où l'on trouve toutes sortes de choses, simples ou sophistiquées, fantaisistes ou charmantes, à des prix très variés : des paniers, des sacs, des vêtements, des jeux de plage... Chaque été, j'agence l'ensemble selon mes goûts, je suis plus décoratrice que commerçante. Je suis attirée par les matières naturelles, les couleurs, le blanc, le bleu. Nous avons également des produits siglés "Le Club 55" : assiettes, seaux à champagne, casquettes, polos, tee-shirts, sacs en toile, pochettes... J'adore les enfants, ma boutique n'aurait pas pu exister sans un coin poétique et enfantin rien que pour eux. Cela me donne l'occasion de replonger dans le monde de l'enfance à l'heure des commandes. J'aime le côté généreux, sensuel et lumineux de cet endroit. On fouille, on farfouille, on prend le temps... »



Le bazar chic du Club 55

Plage de Pampelonne
43, boulevard Patch à Ramatuelle
04 94 55 55 55

FROJO

Tout commence en 1854 au sein de l'horlogerie Charlet à Marseille. Eugenio Frojo, à peine arrivé du Piémont, y devient chef d'atelier. 50 ans plus tard, l'activité est rachetée par son fils Edouard et prend le nom de Frojo-Charlet. À partir des années 1950, les marques d'horlogers suisses Omega et Rolex entrent dans la boutique. D'autres noms prestigieux - Panerai, Cartier, Pomellato, Buccellati - suivront bientôt... En 1972, Roger, fils d'Edouard, rebaptise l'atelier et la bijouterie qui deviennent alors la Maison Frojo. Puis l'horlogerie et la joaillerie de marque prennent encore de l'importance avec l'arrivée dans l'entreprise de Richard, fils de Roger. Frojo devient alors le propre distributeur de ses créations. De génération en génération, se sont transmis un savoir-faire précieux et le goût du beau. À la fin des années 70, une boutique est ouverte sur la Canebière, mais également à Saint-Tropez. La place de la Garonne où s'installe bientôt la Maison Frojo n'est alors pas encore le haut-lieu de la mode et du luxe tropéziens qu'elle est devenue depuis et à laquelle le nom de Frojo est assurément associé... Très liée à la ville depuis toujours, la marque participe à son dynamisme. "C'est mon village de cœur et de villégiature, confie Edouard Frojo, marseillais comme ses ancêtres, et comme eux horloger émérite qui a pris la tête de la Maison Frojo à la suite de son père en 2009. "C'est un lieu qui m'apaise, où je me sens bien". Un lieu à part aussi, avec une clientèle variée, exigeante, très attachée à la marque. "Dans cette boutique, qui n'ouvre que l'été, nous présentons le travail de joaillers d'exception, par exemple Seda Manoukian ou Philippe Guilhem." Pour faire le pendant, une boutique "hiver" est ouverte depuis 2010 à Val d'Isère.

READ IN ENGLISH
P. 177



À Saint-Tropez comme ailleurs, la Maison Frojo assure à la fois la fabrication et la distribution de marques de joaillerie, mais aussi leur réparation. "Nous faisons partie des commerces de tradition. Nos clients doivent retrouver partout la même exigence de service et de qualité. Nous sommes là pour les accompagner. Pour leur apporter un véritable service personnalisé, nous devons apprendre à les connaître. Nous y attachons la plus haute importance. Chaque visite dans une boutique doit être un moment agréable, unique. Nos clients doivent se sentir respectés, écoutés, en confiance. C'est le moins que l'on puisse attendre d'une maison comptant parmi les meilleurs horlogers-joailliers du monde depuis 5 générations."



Frojo
Place de la Garonne
Saint-Tropez
04 94 97 58 13

GOLFE DE SAINT-TROPEZ



Eugenio, Edouard, Roger, Richard, Edouard. Dans la famille Frojo, on est horloger-joailler de père en fils. Et si chaque génération a eu son propre tour de main, toutes ont perpétué les mêmes valeurs : qualité, savoir-faire, confiance, respect. C'est ainsi que depuis de longues années, la Maison Frojo représente sans faillir de nombreuses marques tout en développant avec succès ses propres collections.

LUCIEN COIFFURE

Il a connu le Saint-Tropez de la fête, celui des célébrités et de la légèreté, il a coiffé toutes les têtes, connues ou anonymes, et continue de le faire avec une technique absolue qui lui vaut sa solide réputation. Jeune camarguais sorti de l'école Attoyan, Lucien arrive à Saint-Tropez en 1976, y ouvre le salon de coiffure du Tahiti plage que son compagnon, Jean-Luc, a repris il y a plus de 25 ans. En 1998, alors qu'il est installé sur le port de Saint-Tropez depuis 16 ans, le Byblos le sollicite. Il accepte. Dans un décor d'aluminium, de tissus cloqués et de marbre, son équipe y reçoit aujourd'hui encore une clientèle hétéroclite. L'hiver, le virtuose de la coiffure s'exile en Amérique du Sud pour se ressourcer et renouveler sa créativité qui le rend si unique.

« À mon arrivée à Saint-Tropez, je côtoyais Brigitte Bardot, Romy Schneider, Françoise Sagan, Hallyday, Bécaud... Ensuite, il y a eu l'époque des mannequins, Naomi Campbell, Linda Evangelista, Christy Turlington. Aujourd'hui, nous recevons des industriels et hommes d'affaire. Les temps changent, les coiffures aussi. Je travaille dans la créativité perpétuelle et je ne fais jamais une coupe sans savoir pour quelle raison. Il ne faut pas seulement répondre à une demande, il faut se pencher sur la psychologie, prendre en compte l'emploi du temps, l'état d'esprit, mais aussi la qualité du cheveu. C'est primordial. C'est aussi ce que je transmets à mes équipes : ne vous lancez pas trop vite dans une coupe, soyez toujours à l'écoute. Je n'en finis jamais d'apprendre, je me renouvelle en permanence, mais je tiens à garder l'état d'esprit tropézien : la convivialité, le sens de l'accueil, les échanges d'idées avec mes confrères de la mode, cette liberté de ton et d'action que nous avons ici. C'est essentiel. »



**Salon de coiffure Lucien
Hôtel Byblos**
Avenue Foch à Saint-Tropez
04 94 97 03 97

**Salon de coiffure Lucien
Tahiti plage**
Route de Tahiti à Ramatuelle
04 94 97 83 14

IN ENGLISH

PLEASE!

168

BLANC BLEU / PATRICK KHAYAT SNIPPETS OF AN ALPHABET BOOK

P. 16

Haberdasher, Couturier of the Sea. Founder. Artistic Director of the Blanc Bleu brand. The soul of a navigator at heart, born May 5, 1955 in Paris.

A lifelong traveler, in 1970 he made the transatlantic journey to San Francisco and came back with his bags and trunks filled with authentic clothes that found a second life at the flea market in Saint-Ouen. That same year, he arrived on the Saint-Tropez peninsula and was so dazzled by its light and sea spray that he made it his home port.

Dreaming of the fictional sailor Corto Maltese, he created Blanc Bleu in 1979, a brand immersed in the maritime universe: timeless and durable clothing in the colors of foam white and sea blue, whose flagship products would be cable-knit sweaters, pea coats, and nautical rain jackets. He becomes a sailor crossing the ocean to find his muse.

In 1980, he opened his first cabana-boutique in a boathouse in Saint-Tropez. Over the course of his travels, 55 more appeared in holiday spots and landing points around the world, places where every traveler could find them: Saint-Barthélemy, Saint-Germain-des-Prés in Paris, Cannes, Marbella, Forte dei Marmi, Sylt, East Hampton...

In 1989, he discovered the sailboat Karenita 1929, which he refitted and gave a second life to. With its emblems of the anchor and the keel, the boat is still the ambassador of the Blanc Bleu brand across the world's oceans and seas. Since 2010, at the Maison Atelier Galerie in Saint-Tropez, Patrick's imagination has seduced travelers from all over the world who come to find original pieces that are truly functional.

- A. ANCHOR, AUTHENTIC
- B. BLANC BLEU
- C. CAPE, CORTO MALTESE
- F. FRANCE, FAMILY
- H. HOMAGE, HABERDASHER
- I. ISLAND, IMAGINATION
- K. KARENITA, KEEL
- L. LIFELONG, LIGHTHOUSE
- M. MARITIME, MARCO POLO
- N. NAVIGATOR
- O. OCEAN, ORIGIN
- P. PEA JACKET, PIER
- R. ROOTS, REUSE
- S. SEA SPRAY, SAINT-TROPEZ
- T. TRANSATLANTIC, TRAVELER
- W. WRITING, WAVES

SHOP

AUX DEUX FRÈRES

P. 30

The Delpui family always respects the traditional recipes in this legendary village bakery. The shop window features artfully arranged sweet and savory delights, from Tarte Tropéziennes to mouthwatering cakes to a vast range of delicious specialty breads. But it is the legendary caramelized fruit tarts that have people talking about the shop far and wide.

All of Saint-Tropez comes for the famous fruit tarts that have built the bakery's reputation. Using a caramel foundation and fruits ranging from apricots to apples, plums, figs, or pears, these tarts are baked using a secret and intricate family recipe that guarantees their flavor. *"It is one of the specialties of Jean-Marc, our pastry chef,"* says Sophie Delpui. A business began running on this site in 1830, and Sophie notes with pride that, *"Our archives show that in 1900 it was already a bakery."* It was two brothers, André and Thierry Delpui, who took over the bakery 35 years ago. Sophie, who is married to André, emphasizes that family is essential to the business. *"We work with Andy and Ilona, the children of my late brother-in-law, and Elisa, my daughter,"* says Sophie. *"We are extremely attached to the artisanal character of our bakery. We work with organic flours, we offer a variety of bread, including gluten-free, and traditional brioches and cakes baked with the freshest products, all with impeccable traceability."*

There are no powdered substitutes or industrial ingredients for the Delpui family: fresh eggs, milk, and butter along with local fruit from nearby Grimaud are part of their uncompromising commitment to quality. Day after day, Tropezians, tourists, and the owners of the boats moored in the port come to admire the bakery with its cream-white façade and golden moldings. In fact, the building has been placed on the official list of French historical monuments. In the shop windows, the traditional "pan bagnat" tuna sandwiches, prepared day after day with AOP de Provence olive oil, are displayed next to other delectable sandwiches, lemon tarts, a range of éclairs to be swooned over, and the chocolate fondant cakes—which Sophie notes are very successful. And, of course, you will never forgive yourself if you don't try one of the custardy Tarte Tropéziennes that have contributed to the renown of this little bakery over the years.

LA CAVE D'OLIVIER FUCHS

P. 33

In the offseason, it's the hunt for wine: Burgundy, the Rhone Valley, Bordeaux, Champagne, Provence... When spring returns, it's back to his wine

cellar, a renowned hub of Tropezian social life, where Olivier Fuchs shares his discoveries with regular customers and new visitors. This is a man who does things his way: with taste and generosity in a friendly ambiance. As you stand there around a fine bottle, you genuinely believe you can change the world.

"Behind the wine, there's always a story of friendship, of a fascinating encounter. What interests me is to have someone who tells me about their product, who makes me appreciate it, who shows me their vines, their tools... When I open a bottle, there is always the story that goes with it. My greatest pleasure is to share with my customers what I have shared with the wine-makers. I am fortunate to meet exceptional people who love their work and talk about their wines with so much passion... I want my wine cellar to be a place where people feel good. Wine is a moment of sharing, there's always a piece of sausage on the table and a good bottle ready to be opened! I come from a family that's been in Saint-Tropez since Charles V. I cut my teeth at the Chez Fuchs restaurant before launching the Bistrot d'Olivier, which received a gold rating from the Gault & Millau guide. I am now focused on wines. I deliver to restaurants every day, in the morning and in the evening for both services. Sometimes I have to rush out at 10 pm to deliver a specific wine... I have clients in Marseille, Monaco, Cannes, and at the ski resorts in the winter. If people can't come to us, the Cave d'Olivier Fuchs goes to them!"

CHEZ THIERRY & FILS BUTCHER'S SHOP AND DELICATESSEN

P. 34

This family of Tropezians runs the only butcher's shop in the town. It provides the highest-quality meat that has certified origins and is farmed under conditions that guarantee animal well-being. The shop also offers an excellent selection of French and regional cheeses. Thierry and his son Romain have become the official suppliers for families that want the very best for their tables. This is a shop for true connoisseurs.

It's the story of a venerable local business, a Tropezian institution that Thierry Latini and his son Romain now lovingly safeguard. Thierry took over this family shop in February 2002 and passed on his love of the profession to Romain. Founded more than 100 years ago, this is the last butcher's shop in Saint-Tropez and it is a vital part of the town's heritage. It owes its success to the relationships that have been built over the years between the owners, the producers, and the customers. *"We work directly with our suppliers,"* explains Thierry, citing the example of the beef farmer in Saint-Astier, in the heart of the Périgord, who he has

been visiting regularly for over 30 years. *"We also sell Sisteron lamb and Corrèze veal. We visit the farms and are very attentive to animal welfare. For us, respect for tradition is essential."* Romain, who is just 30 years old, learned the trade from his father. Beyond his profound commitment to quality products, he embraces the family belief that sharing knowledge is the key to developing the profession and responding to people's needs. *"What I like the most,"* says Romain, *"is that we learn something new every day. Our customers are connoisseurs and they are constantly demanding the very best."* Once again this year, it is the aged meats and premium meats that are the most coveted. For certain meats such as Sashi beef (gold medal at the World Steak Challenge), Wagyu beef, or Kobe beef, the aging process can take 90 days! *"We offer beautiful cuts to grill, a festive selection of charcuterie such as sausages or chipolata, and a range of cheeses matured to perfection,"* explains Thierry, as he points out a Saint-Nictaire, a Roquefort cheese, and a fresh local goat's cheese. Here, conviviality and excellence are combined to guarantee a delicious summer.

FROMAGERIE DU MARCHÉ

P. 37

The Place aux Herbes in the heart of Saint-Tropez welcomes people who love beautiful products such as flowers, wine, vegetables, and oysters, but perhaps the most essential stop is the Fromagerie du Marché. You can call it a gourmet delicatessen, a luxury creamery, or a sophisticated cheese shop, but whatever you do, don't forget to stop by the shop.

A line from *The Leopard*, Luchino Visconti's classic film, comes to mind: *"Everything must change so that nothing changes."* Founded 30 years ago by Carmen and Dominique Tienvrot, the Fromagerie du Marché was temporarily closed before reopening this year under the guidance of new investors. What's the difference? The shop has a fresh outlook, and the new owners are committed to keeping this Place aux Herbes landmark open so it doesn't become another jewelry store or an umpteenth franchise, as happens too often in this town that is so prized by the big retailers. *"Keeping the cheese shop open was almost a public service mission,"* says one of the investors. *"Since the town hall didn't take action, we did."* This project was a labor of love for this benevolent trio of investors: natives of Paris, Lyon, and Marseille, who are all devoted to Saint-Tropez.

This is a shop that prides itself on welcoming both regulars, and people stopping in for the first time who will inevitably become regulars. To ensure this tradition continues, the founders of the cheese store are always coming up with new ideas and recipes. From the laboratory perched at the top of the stairs, Dominique has embraced the task of sharing his savoir-faire with the new shop clerks (including the young Jessica). There is an array of best-selling products such as brie with truffles (the best in France, let's be honest), cream with poutargue (cured fish roe, a local delicacy), green olive tapenade, fresh pasta and ravioli... (this article simply does not have enough space to mention all the products one would

like to buy!) Many clients first tasted these delights as children and now return as adults to relive their early holiday experiences. Another contributor to the shop, Florence Montagnier, contributes to the welcoming spirit by helping Carmen with the "art of choosing" to make sure clients receive the most beautiful slices of salmon for lunch, the best burrata cheese for dinner, the perfect amount of Japanese snack mix for the aperitif, and even that ideal jam or yuzu juice that can only be found at this shop.

LAURENT PRIMEURS

P. 39

Since 1994, Christine and Laurent Edlinger have been operating this shop that resembles a grand hall laid out beneath a magnificent beamed ceiling. Their 22-year-old son Bastien recently joined them in the family business. Just like his father, he spent his childhood immersed in the world of fruit and vegetables. It is the type of shop where regulars and tourists rarely come by chance. They arrive because they know they will find beautiful products. They especially appreciate the attentive staff! It is now even possible to order on the online platform. The shops in Cavalaire and Sainte-Maxime offer the same friendly spirit and considerate service. What is the common thread to this business? An unrelenting commitment to quality. *"Our business is the land and the people. The rest is for literature! A link between the producer and the final consumer: that's precisely what we are! We must listen to our customers while also being aware of the problems faced by farmers. Our relationship is based on trust. We have the same vision of the business. I have worked with some growers all my life, and sometimes even with their children once they have taken over! To sum up: we respect the fruit and vegetables and the people who produce them. We pay attention to their way of doing things, and we favor sustainable agriculture. We enjoy it when the regulars come to the shop, we taste a product together, we sample a wine... it's very convivial. In terms of groceries, we also have an excellent selection of high-quality items such as Burrata cheese from Apulia, salt from the Ile de Ré, country honey..."*

EAT & DRINK

LA FIGUIERE

P. 58

THE SPIRIT OF A FAMILY HOME
It's an intimate paradise whose address is traded like a well-guarded secret... At this elegant family property just a few minutes from the Pampelonne Beach on the Tahiti side of the cape, Cécile Chaix welcomes guests alongside her mother, Monique Chaix, who owns the estate. Here, the ambiance is always friendly and the spirit is unabashedly epicurean. Let's take a quick look back at the history of this remarkable place.

At the end of the 1950s, the wine merchant Tropez Beraud acquired a small vineyard with a charming far-

mhouse and an arched arbor. At first, there were only a few rooms available for guests. Then, over the years, more buildings were added and more rooms were opened. Eventually, the swimming pool and the restaurant completed the idyllic scene. Today, the Hotel La Figuière has 40 Provençal-inspired rooms in five houses with adjoining terraces. Cécile Chaix, Tropez's granddaughter, joined the family adventure in 2002: *"In the mid-1990s, my mother took over management of the hotel that her father founded. I became involved so I could help continue what my grandfather created. It's a beautiful heritage, a property that is steeped in history."* The exquisite Rivages guide lists the most enchanting French hotels and guesthouses and it has recommended La Figuière for more than ten straight years! Since the hotel first opened its doors, unique personalities have come to enjoy its exceptional setting and glorious serenity: Helmut Newton, the artist César, whose grandfather was very close to the family, a handful of big names from the world of fashion... And then there was Roman Polanski, who wrote about the hotel in his autobiography, Roman: *"Invited to sit on the jury at the 1968 Cannes Film Festival, I took Sharon to Saint-Tropez in my red Ferrari, which I had brought by boat from Los Angeles. We spent a few quiet days at the Hotel La Figuière."* Famous or not, guests all feel a wonderful sense of wellbeing at the hotel; some of them even consider it a better version of their own private holiday home: *"They don't have to do anything, just let themselves be swept away! We try to make their stay as enjoyable as possible... within reason, of course!"* Hairstylist, massage therapist, pedicurist, car or bicycle rentals, the sense of service is integral to the spirit of the hotel.

"We've preserved the authentic, sophisticated character of the houses—Salernes tiles, patinated chests of drawers, cotton fabrics—but we've also introduced a few contemporary elements, including Masters and Ghost chairs designed by Starck." For lunch and dinner, the chef André Fumat offers delicious homemade meals and cooks fish to perfection. After 21 years with the restaurant, he knows the habits of loyal customers. The rosé that accompanies the meals comes from the Tropez estate managed by Grégoire Chaix, Cécile's brother. Everything is served by the pool or in the shade of the hundred-year-old mulberry trees in the gardens. And, it is often whispered that guests would like time to stand still so they can enjoy the calm and serenity under the fig trees again and again...

Key dates

- 1964 : Opening of the hotel with eight rooms
- 1968 : Roman Polanski and Sharon Tate's stay in La Figuière
- 1991 : Monique Chaix takes over the hotel from her father
- 2002 : Arrival of Cécile Chaix

LA BARAQUE

P. 62

This renowned little food stand with its one-of-a-kind blue paint has been riding a wave of success since 1946, and today it is one of the most well-frequented places in the world. Big stars and everyday

169



folk take their turns at the counter for a burger, a kebab, or a coffee. Pierre and Magali, who safeguard this celebrated spot, hope to pass it on to their children one day.

“This food stand is our whole life.”- Pierre Guibert

There are places that, despite being rather modest, are nonetheless utterly legendary. Over the years, this small food stand on the Place des Lices has become such an integral part of the local culture that a rumor runs through Saint-Tropez that it has been classified as an official historical monument. In any case, that’s what Pierre and his wife Magali insist. They are both the protectors and the beating heart of La Baraque. “It was my wife’s brother who gave it to us in 2006,” recalls Pierre, who first made his name working at the now-closed Ocoa Beach club. This celebrated little food-stand has always been the site of encounters and connections between Tropezians, who are united in the effort to maintain the memory of its founder.

“Originally, it was Line Testannière who started the food stand, and it was called Chez Line,” says Pierre, his voice tinged with respect. *“We used to come here for the one-franc candies and the chichi frégi fried dough treats. That’s all she sold, and we always stopped by when we came back from school.”* Since then, there have been different generations of owners and the menu has expanded to keep up with the times. *“In terms of sweets, we offer pancakes, waffles, and churros, while on the savory side, there are paninis, sandwiches, burgers, kebabs, and pan bagnat tuna buns,”* Pierre explains. He insists on opening the stand 23 hours a day, seven days a week during the summer season, which lasts from June 1st to the last of the Les Voiles sailing races at the beginning of October. *“I’m the one who takes the night shifts,”* he says. *“We close at seven in the morning to do the cleaning and reopen an hour later for a new day.”*

Pierre has seen it all while running La Baraque at night, from the Rolls-Royce Phantoms to camper vans, from club kids to romantics. *“We meet all kinds of people, the whole world comes to La Baraque, it’s extraordinary.”* He recalls the night he served Bruce Willis or his “impressive” meeting with Snoop Dog. But the most memorable moment was when the French national football coach Didier Deschamps came by with the World Cup team to have a late-night snack at La Baraque...

Place des Lices is a strategic location, it’s the center of the Tropezian world, and the staff of this little snack bar has understood this. They do their utmost to serve the effervescent clientele quickly and efficiently and always with a smile. *“The big rush is noon, 8pm and 5am,”* says Pierre, who is 40 years old and who has been working with the same team of seven people since taking over the business in 2006. Another cherished moment is first thing in the morning, when customers sit on the stools and sip their espressos as the sun rises and the first songs of the cicadas emerge from the plane trees. “A lot of people ask me why this food stand has been painted blue, and to be honest, I don’t know,” laughs Pierre. “But this blue can never be changed, there’s a very distinct color code and it



always has to be mixed the same way. For each maintenance operation, I buy the paint from a professional in town who is the only one who can provide me with this exact shade of blue.”

An affable man whose smile always comes easily, Pierre considers his regular customers—the most faithful who have been coming for 15 years—as proof of both friendship and quality. *“If they come back, it’s because they like it and they all tell me it’s good. Maybe that’s what makes me the happiest,”* he admits. With the tourists, he sometimes thinks he has served every nationality in the world: Arabs, Spaniards, Russians, and Americans, who always seem to want kebabs, burgers, and pan bagnat tuna buns. *“The average bill is around ten euros, including soft drinks. I seem to be one of the best deals in the area,”* he laughs.

A native of the village of Vidauban, he first arrived in Saint-Tropez at the age of 18. Pierre says there have been some fantastic offers to buy his shop, but ignores them because La Baraque means everything to him and Magali. *“This food stand is our whole life, we’ll never sell it.”* He and Magali have three children: Oscar (12), César (9), and Scarlett (5 years). *“They love what we do, and I’d like them to take over, but I won’t force them to do anything—they’ll do what they want to be happy. However, I often tell them that the La Baraque is a guaranteed job. And to repeat, we will never sell, just like a father does not sell his children.”* La Baraque certainly has many beautiful summers ahead of it.

LA BOUILLABASSE

P. 65

Named after the bay that shelters it, this private beach is open all year round. From the warm welcome to the conscientious service, Ludo makes sure everything is perfect, while always paying particular attention to the renowned menu. The beach club moves to the rhythms of the families and friends who relax throughout the day. To top it off, there is no better place to admire the sunset. La Bouillabaisse is one of the rare beaches that is actually located within the town limits of Saint-Tropez. According to Ludo, who has owned the beach club for four years, many locals have become regulars, but it isn’t a question of convenience, it’s the divine setting and supreme menu that keep them coming back. *“This spot takes its name from the bay, La Bouillabaisse, which has the same name as the famous fish soup,”* says Ludo. *“As for the mythical soup and its legendary rouille sauce, it is one of our most beloved dishes here.”* This beach club has a carefree, youthful spirit that has made it a favorite of the regulars, who enjoy lazing about during the day before enjoying the sunset. *“It’s a mind-blowing location, one of the few spots in the town where you get an exceptional view of the sunset,”* explains Ludo. The days start amid the cool breezes around 9h30 or 10h00 and stretch until midnight. Deckchairs during the day, South Americans camped in the sand in the evening, a DJ and lounge playlist at cocktail hour... the scene is always changing. *“I don’t like flashy looks, I don’t like superficial glitz,”* Ludo warns. *“I prefer white tablecloths and beige and honey wood to dia-*



monds and stainless steel.” The restaurant’s menu is a source of pride, with seasonal produce and freshly caught fish making up most of the dishes. *“When you are facing the sea, you must serve wonderful fish,”* emphasizes Ludo. Salads and vegetarian proposals complete the menu, and Ludo is vigilant about ensuring that the quality of the service matches the sensational cuisine. The beach is very safe for children because the water is shallow, and the club offers rare and coveted services such as parking, valet service in the evening, and a ferry service that takes guests between their boats and the beach. *“A successful day is a day full of laughter, where the guests fully enjoyed themselves at the table,”* says Ludo. *“We do everything we can to make sure that everyone who visits us wants to come back again.”*

LE CAFÉ DE PARIS

P. 66

At this famed Tropezian establishment, Julien and Axel have created a menu in the grand tradition of the French brasserie while adding an assortment of fresh shellfish for lovers of the sea’s delicacies. With its captivating new decor, its vibrant atmosphere, and its extensive wine list, from morning to night, the Café de Paris truly reflects the elegant art of living.

The Café de Paris is turning 2020 into a vintage year. To make the most of this summer, Saint-Tropez’s vaunted bistro has been revamped. Brass fittings and oak woodwork define the interior while providing a compelling juxtaposition with the orange and natural beige tones of this vast room that has welcomed so many stars. The architects of this transformation are Julien and Axel, the new managers of the bistro. It’s a good thing there are two of them to steer this flagship of Tropezian social life that is ideally located just meters from the Quai Suffren. Julien, who worked at the Bistro Pastis for seven years, and Axel, who put in long hours at Joseph’s, lead a team of 40 people, 18 of whom work in the kitchen. This year has seen the creation of a shellfish bar that will thrill people seeking a nice accompaniment to their after-work glass of white wine or in the mood for generous trays that can be shared for lunch or dinner. *“We’ve gone back to the classics of a French brasserie,”* says Julien, who lists an array of traditional dishes such as roasted bone marrow, kidney, snails, and steamed cod. For the desserts, the chef Jean-François Anton creates favorites such as French toast, profiteroles, and crêpes Suzette. By privileging fresh, local products, Axel and Julien are underlining the attention to quality that they have brought to their menu. The wine cellar has also been re-imagined and now offers international customers the best appellations from across France, without forgetting, of course, the old favorites from the Côtes de Provence. *“But we also really like J&B whiskey,”* the managers say with a laugh. When beach season begins, the 150-seat terrace with its marble white furniture and orange seating areas comes alive. The champagne flutes tinkle in the setting sun and announce the pleasures of the coming night.



LA FARIGOULETTE

P. 69

A village house, an arbored terrace, and a fire-place. Truly authentic decor including a traditional Provençal kitchen. Honoring the memory of the women who bestowed him with his culinary techniques and sensibilities, Jean-Claude Baldissera invites the world to dine at his table. While savoring its role as a stronghold of local gastronomy, La Farigoulette is also proud to be a friendly haven for guests.

Located at a bend in a narrow lane within the village ramparts, this traditional restaurant is home to all the passions of Jean-Claude Baldissera and his partner Frédérique. As he oversees the meal service, Jean-Claude tells the story of his Provençal cuisine, including dishes like fresh pasta, stuffed vegetables, and oven-roasted lamb with candied potatoes and local wild mushrooms. *“This is a family bistro offering local food,”* says Jean-Claude as he prepares a casserole stew. Although he studied at the Luminy architecture school in Marseille, it was his long-held love of cooking that eventually won out. *“I grew up watching my mother and grandmother cook,”* he explains. *“But my mentor was Elvire, a friend of my father’s who ran the Crèche Provençale restaurant in the old part of Toulon for 60 years. I loved to see her make her fresh pasta in front of the customers.”* To this day, he pays respect to this memory by having an open kitchen and working in front of the fireplace to be near his clients. Jean-Claude is devoted to Saint-Tropez, and the nearby mountains since he is an enthusiastic skier. *“I love the region for its natural beauty and its cosmopolitan people. In the summer, we welcome the whole world here,”* he says, noting that with some loyal customers, he has hosted three generations of the same family. *“We receive people here as if it were our home; the furnishings and decorations in the restaurant are things we collected, and there are gifts as well, like the African masks that a customer gave me.”* It is the food that is the real star, though. Fish en papillote, îles flottantes with grilled almond slivers, sometimes with strawberries or raspberries, English cream flavored with verbena... Inspiration guides this chef, and his creations never fail to please. *“The menu doesn’t really change, but we do have daily specials depending on what surprises we find at the market,”* he explains. Cooking nourished Jean-Claude’s childhood, and now his recipes will provide you with enchanted memories.

INDIE BEACH

P. 70

This hippie-chic beach club opened four years ago to offer people moments of feet-in-the-sand nonchalance and communion with nature. Tobias, Vincent, and Raphaël are dedicated to making sure that people enjoy delightful moments that unfold to the sun’s rhythm. The menu features delicious meat and fish dishes, as well as specialties that can be easily shared and inspire people to raise a glass of tequila together.

The sun rises on the Indie Beach House, the light filters through the bamboo fences and the cerused wood beams, and the breeze tickles people’s linen beach clothes. It will be another balmy day in full leisure mode.



“This beach reflects our experiences and travels in the Mediterranean, from the island of Mykonos to the coastline of the Middle East,” explains Tobias Chaix. *“Indie Beach is a trendy, idyllic spot for families and young people, for the cosmopolitan clientele who love Saint-Tropez.”* Tobias, along with his partners Vincent Luftman and Raphaël Blanc, are all between the ages of 27 and 30, and these three friends lead a team of 65 people who are devoted to the well-being of guests from 9am to 1am each day. Guests can luxuriate at beach tables with their feet in the sand as they enjoy beef, lamb, or fresh fish grilled over a wood fire, and perfectly seasoned with herbs and olive oil. *“Customers can have side dishes of cauliflower au gratin, mashed Jalapeño peppers, and grated truffle fries: items that are fun to share,”* says Tobias, who confesses his weakness for a Greek salad where feta, tomatoes, black olives, and onions come together in a perfect tangle. As the sun traces its path across the sky, a DJ provides a shamanic mix that spreads calm and tranquility... and the urge to sip on tequila. *“We’re very tequila,”* Tobias says with a smile. *“We’ve helped people fall in love with tequila again.”* This year Indie Beach is celebrating its fourth anniversary. *“We’ve been very well received by the Tropezians, and we have a good relationship with the people who live on the beach,”* concludes Tobias. He is delighted to see that this hippie-chic venue has come to define the art of Tropezian living in “Indie” mode.

LE SALAMA

P. 73

At this friendly restaurant with its tantalizing aromas of North Africa, Fabrice and Frédérique receive guests as if in their home. The decor consists of natural materials evoking the riads and landscapes of the Atlas mountains, while the menu features the most celebrated dishes from Morocco’s Cherifian Empire period. When you add in the attentive staff and the warm ambiance, it is no surprise that this restaurant has enjoyed 20 years of uninterrupted success.

With its décor of palm trees, whitewashed walls, and Moroccan handiwork, the Salama is an authentic North African experience, and it enters its twentieth season with the same enthusiasm for welcoming guests it has always had. *“It was my parents who founded this family-oriented restaurant,”* says Frédérique Dorel. *“With my husband, we have preserved its original spirit and enriched it with new gourmet offerings year after year.”* With its riad themes to evoke the traditional houses of North Africa, the Salama is an invitation to be transported to exotic landscapes, and it offers a variety of Moroccan specialties. *“Lots of fresh fish and authentic traditional cuisine,”* insists Frédérique Dorel. Signature dishes include chicken pastilla, zaalouk, mechouia, and the famous whole lamb shoulder grilled in the oven and served with couscous. As for the desserts, each one is more additive than the next, with people fawning over the milk and almond pastilla and the orange blossom snow eggs with roasted almonds. For the past few seasons, Middle Eastern inspirations have also found their way onto the menu... The restau-



rant is home to a cheerful staff of waiters that cater to romantic diners, families, and groups of friends who have come to celebrate an event. *“Whatever your age, you will always be happy at Salama,”* says Frédérique with a smile. *“There are intimate tables and tables open to the entire room, whatever atmosphere matches your mood.”* Under the leadership of Fabrice and Frédérique, the valet parking attendants, waiters, bartender, DJ, and chefs cultivate a rare sense of service. These are the values that are at the heart of Salama’s popularity.

THE FERME DU VALLON DES BOUIS

P. 74

This six-hectare estate embodies the quest for harmony between people and nature. This is the farm where Patrice de Colmont produces the three colors of wine and the organic fruit and vegetables that are served to guests at Club 55. The principles of the agrarian philosopher Pierre Rabhi are put into practice as the farm uses biodynamic agriculture and hosts a thriving local farmer’s market... As the owner says with delight, here they make “local naturally.”

As the guardian of Club 55’s spirit of simple joys and carefree living, Patrice de Colmont keeps his feet firmly planted on the ground. At his beach club, where people come to savor the pleasures of the sun and the sea, it is also essential to serve natural, delectable food. *“The menu is ‘Provençal by the sea’ and the dishes are not cooked by professionals, but rather by people committed to serving local seasonal products that resonate with our environment and our history,”* says Patrice. He is a close friend of the agrarian philosopher Pierre Rabhi, and together they have created an endowment fund designed to save people from famine by enabling them to become self-sufficient in food while respecting the land. Patrice has always been concerned about how produce is grown and how land is treated, so when he purchased the farm, it was a six-hectare commitment to his green philosophy. *“Permaculture and biodynamic farming produce very good crops when the technique is followed rigorously,”* he says. At the Ferme du Vallon des Bouis, nature does much of the work, but it is helped by Astrakan, a maestro of a plow horse. *“People have the false impression that with more money, you can achieve happiness,”* says Patrice, who draws his joy from wine, olive oil, and market gardening. This self-taught farmer is especially motivated by the market that he organizes at the farm. Shepherds and cattle breeders are invited, along with artisans such as Loïc de Saleneuve, a farmer and cheesemaker. Patrice makes wine but doesn’t place too much emphasis on it because, as he says, *“Soon, we’ll be making outstanding wines all over the world, whereas producing high-quality fruit and vegetables is not so common.”* Patrice has also set himself an educational mission. *“I am an apostle,”* he says. *“I attempt to convert the people who are most skeptical, and I try to do the best and make sure they spend their food budget in the best way.”* Patrice De Colmont is a profound humanist and an extremely honest man. And perhaps a friend too?



LE CHÂTEAU DE PAMPELONNE

P. 77

Marie Pascaud de Gasquet imagined her life unfolding to the rhythm of sunrises and sunsets in the middle of the night. Now a winemaker at the Château de Pampelonne, she is carrying on a family tradition that began at the beginning of the 19th century. Over the years, her rosés have made their way onto the finest tables and people celebrate the happiest moments of their lives with the estate’s wine.
“In primary school, my girlfriends imagined themselves as teachers or hairdressers. I didn’t see myself cooped up inside four walls, I dreamed of the outdoors and growing plants.”
Destiny was listening to Marie Pascaud de Gasquet, and made her a winemaker and the manager of the estate that has been in the family for almost forever. *“My grandfather was from Marseille and received this land as a dowry when he married a young woman from Saint-Tropez,”* she says. *“They arrived here in 1822-23, and never left.”*
The Pampelonne vineyard covers 50 contiguous hectares and borders the sea. Thanks to Marie’s initiative, it has been awarded the highest environmental rating: the *“Haute Valeur Environnementale”* certification. *“We have stopped using chemical fertilizers and other treatments, and we work in a way that respects the fauna and flora. The environmental certification is an important proof of our commitment,”* she explains.
As autumn arrives, both manual and mechanical harvests are done at night to guarantee the freshness of the grapes and the well-being of the pickers. Château de Pampelonne produces the three colors of wine, but rosé dominates, accounting for 85% of the production. The wine is made with minimal extractions, and the result is an enchanting pale color that is sought after by the clientele. *“Connoisseurs appreciate the pleasure of drinking our wines. Our structured, aromatic, balanced rosés have a beautiful tension to their finish,”* explains Marie.
As for their bouquet, the rosés from Château de Pampelonne offer aromas of white-fleshed fruits with notes of red berries and vine-ripened peaches. Will Louis one day take over from his mother? *“I will be as good to him as my father was to me,”* says Marie with a smile. *“I would like him to embrace the wine world out of passion, if he doesn’t have the calling, he won’t be able to do this job.”*

DOMAINE LA TOURRAQUE
P. 78
This family vineyard first saw the light of day at the turn of the 19th century. Sébastien Craveris is now in charge of marketing, while his brother Guillaume tends to the vines and makes the wine. They are both endowed with an almost religious respect for nature and are committed to organic farming techniques. The estate is open to the public, and people are welcome to tour the vines and taste the unique wines—such as a surprising Muscat and a special Grenache-Rolle rosé.

“Here, we think in the long term because we were raised to be farmers, not celebrities,” emphasizes Sébastien Craveris as he walks through his 30 hectares of vines. The estate has been in the family since 1805

and Sébastien and his brother Guillaume are now in charge. La Tourraque is surrounded by 50 hectares of pine forest, and it was once a self-sustaining farm that raised its animals and produced its own wines, fruit, vegetables, and cereals. *“Our grandparents, Joseph and Odette Brun, shaped the estate. Our parents, Line and José, as well as my uncle Alain Brun, still maintain a deep emotional connection to this land,”* continues Sébastien.
La Tourraque has been committed to organic farming since 2010 and produces 95% of its wines under the AOP Côtes-de-Provence appellation, with the rest classified as Vin de France. Each year, the vineyards produce 100 000 bottles of rosé wine. Made from a blend of Cinsault, Grenache, and Tibouren grapes, the pale-pink wine’s light body makes it the perfect accompaniment to traditional Provençal stuffed vegetables or pasta with pistou. Meanwhile, the aromatic whites evoke a fruit orchard as they burst with peach and pear flavors before finishing with subtle notes of citrus. Protected from the winds and with a carefully managed yield, the vineyard produces wines with a superb density of flavor. The two brothers have recently produced a 400-bottle batch of Muscat that was aged in acacia barrels to highlight the notes of honey and white flowers. A light wine with very little residual sugar, it is wonderful as an aperitif or with hard cheeses such as Comté. Never short of ideas, this summer the two thirty-somethings are offering a Grenache-Rolle rosé that has been lightly aged in acacia barrels. This fresh wine boasts a good length and an astonishing complexity with green coffee aromas. It’s all part of a philosophy of reinvigorating the wines while remaining loyal to traditions.

EXPÉRIENCES

PISCINE LEFEBVRE WATER IN ALL ITS GLORY

P. 92

In the Gulf of Saint-Tropez, it seems that every sort of creative madness is permitted. Alexandre Lefebvre is well placed to know. As a specialist in infinity pools, jacuzzis, and ponds, as well as water management and watering systems for gardens, he knows how to meet the most classic demands. But he also regularly finds himself confronted with projects that are, to put it mildly, extravagant...

It was Philippe, the father, who founded Piscine Arrosage Lefebvre in the early 1970s. His young wife quickly joined the company, and for years she managed the administrative and financial aspects with an iron fist. Today, Alexandre Lefebvre and his sister have taken over from their parents, and they have embraced the same rigorous approach and high standards. *“As a child, I would often go with my father for emergency calls. Later, during the holidays, I worked on construction sites. I started with the basic tasks: watering, repairs, pool maintenance. Now, I know the business inside out.”*
As a company that operates like a big family, employees are far more than mere numbers. The average worker has been with the company for 15 years, and Alexandre’s

father’s first employee retired only two years ago.While looking towards the future and continually searching for innovations to offer customers the most high-performance systems, Alexandre is also very attached to his father’s legacy. *“My ambition is to preserve the values that have driven the company from the beginning, in particular the sense of service,”* he explains.
As proof of this commitment, the company has chosen to operate only in a limited geographical area to guarantee a high-level service and a quick response. For pool maintenance, a technician visits clients once a week in winter and twice in summer. It’s always the same person, and he or she always comes on the same day. For watering, there is a wide range of solutions, from the simple mechanisms to the most elaborate technological solutions. Each property is important, and the company is just as devoted to a 1000m² garden as it is to a four-hectare estate. *“Whatever the service, we have stood by the same guarantee for 45 years: quality above all else,”* says Alexandre.
The region’s most renowned architects are well aware of the company’s reputation, and when a client makes an unusual or challenging request, they know they can rely on the team’s expertise. *“For example, we worked on a 65-meter long infinity pool with an extension of ten meters by ten meters! And it was all protected and heated.”*
But it can also be a question of installing a waterfall, improving an existing filtration system, managing an intricate watering system on a large property, ensuring perfect filtration in a pool, or solving an urgent water pressure problem.

The company has always sought to be at the forefront of hydraulics and is continuously testing new products and offering innovative new materials. Piscine Arrosage Lefebvre’s designs have also been honored at trade shows in the United States and these recognitions have cemented the company’s reputation for excellence. *“I like the constant challenge of this work. It’s exciting to tackle new technical challenges and make the most extravagant projects work.”*

Key dates

1975 : Creation of Piscine Arrosage Lefebvre

1979 : Olivia, Alexandre’s mother, joins

2000 : Alexandre Lefebvre takes over

2012 : Sophie, Alexandre’s sister, joins

AGENCE DES PARCS DE SAINT-TROPEZ

P. 97

In 1953, the magnificent Parcs de Saint-Tropez estate was created. A few years later, the Agence des Parcs de Saint-Tropez was founded as the exclusive agent for the sale of the estate’s sumptuous properties. At the beginning of the 1990s, the agency passed into the hands of Françoise Albertone, a leading real estate expert in Saint-Tropez. Then in 2010, her daughter Charlotte took over the business with her husband, Mikaël Marzo. The Agence des Parcs de Saint-Tropez is now located in the heart of Saint-Tropez’s port neighborhood and, while it is still closely linked to the original estate, it also represents properties on the whole peninsula, including a wide range of exceptional villas chosen for their magnificent locations.

“We have specialized knowledge of the real estate market, but this would mean nothing without the strong connection we have to the local community. My wife Charlotte and her family have been in Saint-Tropez for six generations. As far as I’m concerned, I spent my entire childhood here, and our collaborator, Jean-François Bertin, served as an elite “Clefs d’Or” concierge for a large hotel in Saint-Tropez.

Charlotte trained with her mother before leaving for Geneva to work for a real estate development firm. For my part, I studied business at the Ecole Hôtelière de Lausanne. After a detour through Hong Kong and New York, I returned to Saint-Tropez with Charlotte in 2005. We initially created an agency dedicated to the rental of top-of-the-range properties. In 2010, Françoise Albertone passed the torch to us, and we took over the Agence des Parcs de Saint-Tropez. Today, we continue to assist our clients in the same spirit that she embraced. We are there to provide discrete and professional advice, and we offer the benefits of our network of experts: notaries, architects, quality local services... We establish long-term relationships that sometimes last for several generations.”

CABINET D’ARCHITECTURE CHARLES VIEILLECROZE

P. 98

In the Vieillecroze family, the son is now an authority as well! After studying at the Ecole Polytechnique de Lausanne and spending a year in Valparaíso, Charles returned to his roots and the Tropezian offices of his father, the architect François Vieillecroze. And in recent years, he has decided to make a name for himself by developing his own business, which draws upon the extensive experience he acquired in Switzerland and Chile. Renovations, construction, projects in the Gulf of Saint-Tropez, in Switzerland, or in Peru... Charles Vieillecroze is open to all proposals. He has been working on construction sites with his father since he was a child and has inherited the family work ethic and values: professionalism, rigor, honesty, and transparency.

“At the School of Architecture in Viña del Mar, next to Valparaíso, students always associated architectural and poetic acts. I like this idea. I also look for the precision and congruity of the construction. I’m interested in shaking up habits a bit. For example, I find that sometimes it’s better to have a nice, well-framed view rather than a huge bay window, or beautiful louvered shutters rather than soulless rolling shutters. You can also think about alternatives to air conditioning, such as using the right materials or choosing the right orientation. The traditional ways of building have their raison d’être, and we must take an interest in them so we can rediscover the time-honored methods and materials. But I don’t necessarily adhere to tradition; I like to open a dialogue and, above all, to make a dream come true. The pragmatic aspects come next. I want my architecture to be in harmony with the place, with the habits of the residents, and with the dream I am entrusted with.”

ESPACE SERVICE TP

P. 100

When a job becomes a passion, the fundamental goal is to get the job done absolutely right. Regardless of the size of the project, the amount of the budget, or the pressure of the deadlines, Espace Service TP is ready to accept any mission that falls within the company’s area of expertise. The director, Sébastien Basso, spent years honing his knowledge of the construction business before taking over the company in 2017. Whether it be the team leaders, site managers, machine operators, truck drivers, masons, or laborers, he has assembled a team of top artisans with the foremost savoir-faire. Another advantage is that the company has the material resources and the fleet of machines to guarantee a fast response and a quick and quality execution of the project.

“Whether it involves grading and excavation, demolition, roadwork and utility networks, rockfill, or lifting operations, we have the good fortune to work on truly exceptional projects and at sites that are really out of the ordinary. No two jobs are identical; it’s highly motivating because it means our days are never the same. It’s also nice to see that the architects trust us. We work together, and we are committed to achieving the best possible results with them. The client has their expectations and we must listen, adapt, and do our best to achieve the objectives while staying on schedule. For us, what matters is this work process. Our role is to find the absolute best means to achieve our clients’ goals. The people who work for Espace Service TP have been with me since the beginning, and I have complete confidence in them. We all pay close attention to details, and we share the passion for our job, the ambition to do well, and the desire to satisfy the customer.”

FÊTE LA FÊTE

P. 103

Sometimes all you need to make a wish come true is to whisper it in the right ear... and in this case, it’s the one belonging to Marie-Hélène Boiteux. With this party planning virtuoso, nothing is impossible. Whether an event is organized inside the home, outside in the garden, or on the beach, whether it is held around the Saint-Tropez area, in the United States, in Finland, or elsewhere, and whether it is a dinner for two or a reception for more than 600 people, it will always be one of a kind. To create something new, Marie-Hélène relies on an expert team, an extensive address book, and more than 30 years of experience. Logistics, catering, flowers, music... every detail is artfully considered and perfectly orchestrated, with absolutely nothing left to chance. And magic happens every time...

“There is nothing more beautiful than creating everything one day, and then undoing it all the next. Staging, decorating, making everything perfect to offer a few exceptional hours of enjoyment, it’s exhilarating! At first, I am alone with a client, a place, and a dream. My role is to bring that dream to life. I want everything to be flawless. I only work with service providers that

I know well, who I trust completely. The art of a successful celebration requires that everyone does their job in an exemplary manner, and I’m here to make sure of that. It requires meticulous management, a great deal of rigor, and a well-developed sense of foresight. 200 people are expected? I know we’ll have to provide a car park and a shuttle bus. Are there neighbors around the villa? We’ll have to warn them in advance... My daily routine is to respond to the most extravagant requests. Sometimes I’ve organized a party in two days! Fatigue and sleepless nights don’t scare me, and when the guests arrive and I hear them marvel at what has been created, then I am happy.”

LUCIANA FRANCALANCI BRANDING, VISUAL COMMUNICATION, AND PHOTOGRAPHY

P. 104

Originally from Peru, Luciana Francalanci trained in fashion design, photography, and communication strategy in Milan and Paris. After working with some of the biggest houses—Christian Dior, Tara Jarmon, Elie Saab—she set down her suitcases and her computer in Saint-Tropez in 2017, to open a boutique creative studio dedicated to visual communication. With her delightful accent, uncompromising professionalism, and devoted perfectionism, this creative strategist helps her clients manage their brand image and develop their projects. With a talent for graphic design, packaging, photography, digital communication, and social network management, she offers a diverse range of services that has attracted clients from the Gulf of Saint-Tropez, Peru, India, Australia, and beyond...

“It all starts with the strategy. I always study the market and the competition before I start. That’s what allows me to offer comprehensive and coherent creative elements. It’s not just about making something beautiful; it’s about understanding the brand, its personality, its objectives. To do this, I have to try to see with the client’s eyes, to put myself in their shoes... To start with a solid foundation, I present moodboards that mix different graphic sources. I like the diversity of this job: artisans, local or international companies, big firms from different sectors, architecture, interior design, restoration, construction, shops... everything interests me! I go from social networks to packaging and from properties to fashion with ease! Drawing, photography, colors, typography, I enjoy every aspect of creation. All these skills are connected. My creations are very often related to nature. Integrity, simplicity, and harmony, that’s what I always seek to achieve.”

ORÉLIE MASSAGES, YOGA, AND HOLISTIC THERAPY

P. 106

It doesn’t matter what specific technique is used, the important thing is that you will feel better afterward... that sums up Orélie’s highly personalized service. Whether asked to help with back pain, a chronic health problem, or an inner sense

— [Linda Fiedler](#)

— [Linda Fiedler](#)

of malaise, this therapist takes a holistic approach that connects the physical, the emotional, and the spiritual. As a yoga teacher, she offers home sessions, either one-on-one or in small groups. You can also find her all summer long at the Les Palmiers club on the beach of Pampelonne, where she gives her acclaimed massage treatments. Beyond this, Orélie is an ambassador for Mahori natural body oils, which blend exceptional fragrances for soothing and enchanting experiences that are in perfect harmony with her approach...

“I’ve traveled a lot over the last ten years. These trips to the ends of the earth have also been internal voyages. They taught me about myself, about the power of my body. I went to ashrams in India, I was introduced to cupping therapy in Australia, I learned meditation techniques, I passed my hatha vinyasa yoga diploma, I discovered shamanism in Peru... These days, when I work with a person, I let myself be guided by intuition, and I use the techniques that seem most appropriate for the situation: Chinese or Ayurvedic medicine, Reiki energy, work on the meridians, Thai massage, plants and essential oils... I adapt to the person, to their energy and their needs. I am not here to heal; I am here to accompany people on the path to healing. Eventually, I plan to open a center dedicated to holistic and quantum healing that will offer yoga classes, massages, meditation, NLP therapy and neuroscience tools, alternative care... The scientific and the spiritual complement each other to strengthen each individual’s mindset and allow everyone to find balance. In my opinion, the future is integrative medicine that links body, soul, and spirit.”

PALAIÀ CONSTRUCTION P. 109

In the Palaia family, the art of construction has been passed from father to son for three generations, so Grégory Palaia definitely did not enter the business by chance... Determined and dependable, he never does things half-heartedly and even wears two hats simultaneously: he manages the company that builds and renovates houses in old Saint-Tropez while also working as a highly respected real estate professional. His advantages? An excellent track record involving a wide variety of projects, deep ties to the Saint-Tropez area, and a relentless commitment to quality in every endeavor he undertakes.

“I was immersed in the world of construction and real estate at a very young age, it’s in my family’s DNA. Our strength lies in our team. Our collaborators allow us to provide beautiful workmanship, efficient after-sales service, and a very high level of overall quality. In the past, masons dabbled in a little bit of everything: major structural work, roofing, tiling... the same team built a house from A to Z. Today, we have experts for each field: concrete, insulation, tiling... things are structured and rigorous, and we genuinely value savoir-faire. We choose our site managers, masons, laborers, and supervisors, but also our subcontractors and partners, with the greatest care. The same philosophy applies when we have to renovate an old house in the heart

— [Linda Fiedler](#)

— [Linda Fiedler](#)

of the village of Saint-Tropez, which is a project that requires delicate underpinning work... these are jobs that really need our expertise and our network of specialists. It is a wonderful challenge, and we feel lucky and proud to be able to work to protect and enrich the heritage of our little village paradise.”

PÉPINIÈRE PIERRE BASSET P. 110

Of course, you can find roses, jasmine, and potted plants here, but what makes the Pierre Basset nursery truly famous is its less common residents such as the silk floss trees, the Erythrina crista-galli, or the 12-meter tall camellias. Orders can be international affairs at the nursery, such as with the case of the 47-ton baobabs from Africa and the 22-meter Jubaea chilensis palms from Chile... that were planted in the heart of gardens in Asia! Whether the plant is destined for a Tropezian home, a Parisian hotel, or a residence on the other side of the world, the goal is always the same: to guarantee healthy growth and to provide tips and instructions to ensure the very best care for the plant.

“I approach botany with great humility. We are so small in the face of nature. With every trip, I discover new species. I am self-taught; I learned with an encyclopedia and by listening to the elders I met on my journeys. They are a valuable source of knowledge. I started by cultivating olive trees in Spain in the early ’90s, then I turned to more exotic plants, especially those with exceptional characteristics. I have ‘plant trackers’ in several countries: Spain, Italy, Chile, Argentina, Mexico, China, Thailand... They contact me when they find a rare species that might interest me. Some plants from the other side of the world can adapt well to the Mediterranean climate, or to other climates for clients that are farther away. These are the specimens that I am attracted to; I have learned to understand them. To help me at the nursery, I have a trustworthy ‘all-terrain’ team of loyal, motivated, and curious collaborators who share my love of plants. Together, we have created this unique and passionate business...”

RCB CARRELAGES P. 113

Opposed to the sterile shelves and cookie-cutter atmospheres of the chain stores, here you feel at home beneath the wooden beams of the large house that serves as a showroom. The welcome is warm and the advice is knowledgeable, and the sources of design inspiration are everywhere: on the floor, on the walls, and on the tables, with plenty of options for both indoors and outdoors. Old tiles, pillars, fireplaces, fountains, terracotta tiles, garden vases, antique Burgundy-style stone tiles, ceramic stoneware, mosaics, paving stones, clay items, coping stones, kitchen splashguards... There is a bounty of good ideas for everywhere in the home, from floor to ceiling, from the kitchen to the living room, and from the bathroom to the swimming pool. And, a close-knit team works under the guidance of Anne Courbet to provide customers with the best possible insights and support.

— [Linda Fiedler](#)

— [Linda Fiedler](#)

“When I was a child, my father used to go around France every week to hunt for old materials. He ran the shop until last year. After 30 years of working for the family business, I’m now in charge. It was an easy decision. Today, the catalogue is wider, with contemporary products and a large choice of new materials. There’s something for every taste! We are often consulted by architects who are renovating or decorating second homes, but this isn’t our only business. We have regulars, a family clientele. We also have unique projects, such as the hand-made glazed tiles that we shipped to Florida for a restaurant. On another occasion, a decorator had us ship several containers of selected tiles to Qatar. No matter what the location, we manage to get the job done! We also have a stonemason who makes custom-made bathroom and kitchen countertops, steps, windowsills, fountains... At our shop, we are committed to service in every sense of the word!”

HOTEL AND RESTAURANT DESIGN RR DESIGN P. 114

There is an old aphorism that, “A creative adult is a child who has survived.” And Régis Rombi is living proof of this. He has led several different lives but has managed to hold onto to his child-like imagination. Now specializing in hotel and restaurant design, he has more than one trick up his sleeve to give personality to the spaces he is entrusted with. He is an incredibly talented graphic artist and designer, he has an address book stocked with top artisans and prestigious furniture suppliers, and he has partnerships with the most innovative brands. Having studied and trained in the United States, he returned to France, and, in 2002, he opened “L’Inside”, the first sushi restaurant in Saint-Tropez. Since then, he has continued to create the most sublime ambiances and designs with extraordinary ease.

“My work begins with a dialogue with the space. The people who work in these places have to feel good about what I design. I know what I’m talking about: I’ve had several restaurants! When I arrived in Saint-Tropez, I opened the first one with Lolo and his brother Titoff, the comedian. When the season ended, I went to the United States to work with the famous designer Stéphane Dupoux. The Nikki Beach in Miami, the Buddha Bar in New York... that was us! In Saint-Tropez, I helped develop the identity of Laure Beretti’s Maison ST boutique, and Paul Breuza trusted me with his Bistrot Madeleine and the Strand... And I recently became an agent for a sublime French handcrafted product: coconut fiber parasols and sunshades. I have placed them on several beaches along the Gulf of Saint-Tropez: Moorea, Prao, Tortù, and Pearl Beach, as well as at La Réserve de Ramatuelle. For furniture, I work with the professional interior designer SDCH D’co Design. For each new project, it’s a question of imagining an ambiance that connects to the space so that the clients—starting with me!—want to come back.”

— [Linda Fiedler](#)

— [Linda Fiedler](#)

OCTOGONE EXCEPTIONAL RENOVATIONS AND WOODWORK P. 116

He nurtures the ambition to be the best, she focuses on the exceptional products... He has 30 years of experience in real estate, she is a communications and visual-design professional. With their prestigious company specializing in woodwork, windows, and doors, Gabrielle Prompt and Jean-Pascal Boudan have become ambassadors for the most upscale and distinctive designs. Performance, durability, strength, and respect: the values that propel them come from their world of top-level athletics. Their partnership with the celebrated manufacturer Solarlux comes as no surprise. From the Gulf of Saint-Tropez to Cannes to Cap Bénat, Octogone doors and windows bring the most elegant light into villas.

“With Jean-Pascal, we have the same vision of perfection and excellence, which is why we have chosen to work with Solarlux, the world’s leading manufacturer of bi-folding doors and minimalist broad-format openings. With our shared values, it was an obvious partnership. The designs of this German brand are exceptionally well-made and breathtakingly beautiful. The panels measure up to six meters, weigh up to one ton, and have frame profiles as thin as 34 millimeters, and everything can be motorized. The designs can withstand anything: wind, rain, snow, or sea spray, so they meet the requirements of the most dynamic architects. The Solarlux doors, windows, and skylights marketed by Octogone are manufactured in an environmentally friendly 60 000m² factory in Germany. The products are patented and certified, and they offer options for all types of architecture. Everything is developed by a sophisticated design office. We are convinced that we have found the best partner to offer our customers an innovative and high-performance solution that enhances their homes and guarantees their investments.”

HOME

B&B ITALIA SHOWROOM P. 134

Pushing the boundaries of design. Combining visual harmony with efficient function. In a few words, this is the spirit of B&B Italia, an iconic furniture design brand founded in 1966 by the Busnelli family. Provide an elegant space dedicated to displaying the brand’s most beautiful pieces. In a nutshell, this is the philosophy of Christophe Papa, who opened the third B&B Italia showroom in France in 2017. Thanks to him, one of Italy’s legendary design companies is now present in the most mythical of French cities: Saint-Tropez. In his exquisite 200m2 space, you will find the B&B Italia’s most stunning creations along with the Maxalto furniture collection and Arclinea kitchens. To visit this showroom is to visit a temple of design...

— [Linda Fiedler](#)

— [Linda Fiedler](#)

“B&B Italia is part of the history of design, some pieces are iconic. For example, we just received the classic Camaleonda sofa, one of the brand’s fabled pieces. It was designed by Mario Bellini and was a great success in the 1970s. B&B Italia has always produced prestigious furniture designed by talented designers, for example, the Seven table by Jean-Marie Massaud or the Big Mama armchair by Gaetano Pesce... Each piece of furniture requires a unique savoir-faire. The materials used are magnificent and everything is made in the Milan area. Our Saint-Tropez showroom has been arranged like a home, and we have organized it by theme: outdoor, kitchen, living room, dining room. I often work with local architects and interior designers to furnish spaces for international residents. We start our work in advance so that when clients arrive in their homes, everything is ready! Every year, new items are added to the collections. I discover them at the Milan design fair and immerse myself in their history so I can share it with my clients.”

ARCHITECTURE D’INTÉRIEUR JEANNE VIEILLECROZE P. 136

Genuine, creative, perfectionist: Jeanne Vieillecroze is not afraid to reorganize spaces, to break down partitions, and to let in the light. As a child, she was initiated into the rituals of construction sites by her father, the architect François Vieillecroze. By the time she reached middle school, she knew her calling was interior design. Crafting a five-meter long table, making a headboard out of a heritage door, placing a bathtub in the middle of a room... Jeanne works with the most talented craftspeople and artisans to fulfill her clients’ desires and to propose ideas they would not have imagined. Villas, apartments, furnished residences, hotels, restaurants... nothing is too much for her limitless creativity.

“When I begin to think about a space, I must understand the way of life, the habits, and the needs of my clients. First, I share images that could serve as an inspiration to make sure we are on the same wavelength. Then, I provide a detailed notebook that gathers together the elements that are essential to an efficient design project. I draw up plans with faucets, sanitary fittings, chandeliers, and, of course, the furniture. After validating the full ensemble and ordering the furniture and materials, I set up the villa. When the clients arrive home, everything is ready: the furniture is assembled, the beds are made, the cushions are on the sofas, the towels in the bathroom. My main objective is to combine aesthetics and functionality while proposing unique items or objects that the clients would not have considered without my involvement.”

ARCHITECTURE AND DESIGN FLORENCE WATINE P. 138

With her head firmly on her shoulders but her eyes turned to the stars, Florence Watine possesses a knowledge of materials, an awareness of volumes, an experience of construction sites, and a spontaneously poetic vision. Whether she

— [Linda Fiedler](#)

— [Linda Fiedler](#)

is imagining a living room or planning an entire house, whether she is designing a light fixture, an armchair, or a coffee table, her distinctive alchemy works wonders. The villas, hotels, and restaurants that she has shaped with her soul and her talent in St. Barts, Madrid, Aix-en-Provence, Saint-Tropez, and beyond, all have the same refinement and simplicity. Drawing upon influences from her travels, particularly in Asia, this most literary of designers has a natural sense of creation that results in sublime spaces with bewitching clarity.

“What I like are the homes and the people... I immerse myself, I listen, and I observe to create a space that is in harmony with its residents. I spent every summer of my childhood in a small dry-stone house on the beach of Gigaro. I built huts in the trees of Cap Lardier, and I created a universe in my room that changed with the seasons. The moon, the shooting stars, the salt, the wind... what inspires me, what animates me and still nourishes me today, is nature. I love wood, metal, materials that last. I started designing furniture in 2010. When I create something, I want it to last, to be handed down to future generations. I don’t just do my job, I live it, I feel it at every moment. It’s not a posture, it’s a state of mind. I set up my agency in Saint-Tropez, then in Paris, and I came back to La Croix-Valmer in 2000. I’ve been working with the same companies for years. I have great respect for the craftspeople I work with. It is thanks to them that what I imagine can take shape.”

SABLE D’OR DECORATION AND TILES P. 140

There is a nearly infinite choice of floor coverings, including terracotta, porcelain stoneware, marble, tiles, mosaics, and zelliges... all of which are ideally suited for living rooms, bedrooms, bathrooms, garages, or patios. For decoration, the offer is just as broad: indoor and outdoor furniture, carpets, bed linens, candles, mirrors, lighting... At Sable d’Or, there is a select range of essential materials, exceptional products, and items with simple or intricate finishes. This is certain to please the most discerning clientele, whether they are private individuals looking for the flooring of their dreams or architects and decorators in search of something new or inspiring. Florence Bec, her daughter Charlotte, and the team of experts that surrounds them are here to guide people’s choices with insight and finesse.

“Our maxim is to take time. We can have the most beautiful products in the world, but if we don’t open our ears and listen, it’s useless! Some people visit us so they can stroll through the different universes of options... There are also people who come with their tiler or architect to make sure they don’t make a mistake in their choice. All types of clients are welcome, we have a vast selection that will satisfy almost everybody’s needs and desires. This business has a family history. In the 1960s, my grandfather brought terracotta tiles from Spain and Italy to Grimaud, but it was my mother who created Sable d’Or. When I was a little girl, they used to take me with them to the big showrooms. I’ve always been



immersed in this world. What I like is to create different atmospheres, to give a new life to rooms. It’s so important to feel in harmony with your home. I love terracotta. There are a thousand ways to use it, it can be contemporary, designer, traditional, with or without special finishes. It is a natural product, which evolves with time, changes with the seasons. Some models are absolutely magnificent.”

BLA BLA THE STORE EVERYONE’S TALKING ABOUT

P. 146

It is a colorful cavern where you can unearth the most unexpected treasures, an off-the-beaten-track clothing boutique that is Bohemian, diverse, essential, Tropezian, and cult, all at the same time. And it isn’t mere chance that has turned some celebrities into regular clients. The remarkable women who dreamed up this place more than 40 years ago have a true gift for finding the most stunning and unique designer pieces.

The first Bla is Marie-Christine Blanc. The second is Viviane Vidal de la Blache. Bla Bla: simple, logical, fun! Despite the different lives they led before meeting, these two dynamic women have always had one foot in the fashion world. For the first “Bla”, Marie-Christine, the story begins in the early 1970s when she ran two ready-to-wear boutiques called La Grande Truanderie. One was located on rue Saint-Denis in Paris, the other on the port of Saint-Tropez. Ten years later, Marie-Christine got married, temporarily leaving the clothing business to raise goats and sell cheese in Saint-Tropez with her sweetheart. *“But, I ended up leaving the goats and my husband to return to my first love: fashion.”* That’s when the second “Bla”, Viviane, entered the picture. She too had enjoyed a fabulous Parisian life. She learned from top young designers such as Agnès b., Castelbajac, or Nicole Farhi, who were working with her father, Zyga Planko, the founder of the Pierre d’Alby brand. Despite her love of Paris, one day she too decided to change her life! Viviane left the French capital for Saint-Tropez with her three children and handsome husband in tow. She opened her first Tropezian clothing boutique with another Marie. The place underwent several name changes before becoming “Bazar, dit-elle”, a play on the title of a Marguerite Duras novel (both women were passionate about literature). Later, it would become “Bla Bla”, but that was only after Marie-Christine entered the business. First, however, the three women became friends. Three liberated women, still inspired by the ideas and beautiful utopias of the May 1968 student revolution. The women became associates, although things changed a little when the first Marie left to pursue other dreams, but the shop continued and is still thriving today. Marie-Christine and Viviane are also thriving, and, as always, they are faithful to the spirit of the times. *“We have the same state of mind we had when we started. We’ve always had our vision of fashion, we only sell items that we like, clothes we fall in love with.”* The proof? Their perpetual search for promising designers from around the world: Bokja from



Lebanon, Siyu from Spain, Avant Toi and Niù from Italy, Gilda Midani from Brazil, Yavi from India, One Season from Australia, and, from their native France, Jamin Puech, Zazo, Leon & Harper, and V de Vinster... These are the names behind their favorite designs, but, over the years, these men and women have also become friends... At Bla Bla, the styles and colors mix together on the shelves and hangers. The materials—linen, silk, cotton, cashmere, wool, and even sequins!—form a fantastic patchwork of chic and casual that begs to be discovered or rediscovered ad infinitum...

Key dates

1970 : Opening of La Grande Truanderie boutiques in Paris and Saint-Tropez.

1978 : Arrival of Viviane Vidal de la Blache in Saint-Tropez

1982 : Meeting of Viviane Vidal de la Blache and Marie-Christine Blanc

1990 : Their boutique “Bazar, dit-elle”

is rebaptised as “Bla Bla”

GAS BIJOUX THE ELEGANT CHARM OF EXTRAVAGANCE

P. 150

Unique. Radiant. Handcrafted. Family. There are many words to describe this brand, but none are evocative enough to capture the joy of creation, the whimsy of spirit, and the splendor of elegance that inspires the Gas Bijoux fashion house. At the head of the company is a family trio that is genuinely endearing, profoundly human, and absolutely brilliant: André, Marie, and Olivier.

A person’s destiny is shaped by a few significant moments. For André Gas, it was a revolutionary movement, a decision not to impose a Bohemian life on his family, and an encounter with the extraordinary town of Saint-Tropez... When this young man from Marseille moved to Paris to attend the Beaux-Arts in Paris, the May 1968 student uprising broke out, so he was forced to stop his art studies and change his plans. *“I used to sell paintings and engravings to get pocket money. Then came the jewelry, I was able to make a living out of it. I wanted to be an artist, but I became a craftsman! I’ve never regretted it.”* In the summer, he would sell his creations on beaches across the South of France. When he discovered Saint-Tropez, he never left. He opened his boutique on the Place de la Garonne: *“It’s our lucky shop, our true flagship. We quickly attracted loyal customers, and now we serve their daughters and granddaughters!”* His daughter Marie is the brand’s artistic director, and every year she sets new trends, creates innovative collections, and designs magnificent jewelry. Certain models are specifically fabricated for Saint-Tropez. *“We listen to what the Tropezian women want,”* says Olivier, Marie’s brother and the brand’s CEO. *“We’ve always manufactured on a just-in-time basis and we control the entire creative process. Everything is done in Marseille, by hand, at my father’s historic workshop. There we have stocks of materials such as feathers, raffia, shells, pearls... Many of these items he unearthed during his 50 years of travels! Everyone comes to the workshop to draw inspi-*



ration from it; we have remained a very artisanal company.” It’s true. Even though the company’s jewelry is sold from Marseille to Bordeaux, from New York to Milan, and from Tokyo to Tel-Aviv, André Gas remains rooted to the South of France. He can almost always be found amid the bric-a-brac of his workshop. And to grasp the full personality of Gas Bijoux, you have to come here and experience the timeless atmosphere. You have to talk with the enamellers, the welders, the 60 or so craftspeople who work in this workshop in the heights of Marseille, as they recount their day-to-day lives working alongside a creative spirit who places freedom, tolerance, and cooperation above all else. *“I owe them a lot, some of them have been here for more than 30 years.”* And, as André says loud and clear, the Gas Bijoux brand’s standing today is also thanks to Marie and Olivier. *“They structured things, ushered in a modern approach, created the online shop. They are gifted, hard working, and highly principled. I am fortunate.”* And the results can be seen first-hand. The jewelry that emerges from the workshop reflects the soul of the company: unexpected, generous, and extraordinary.

Key dates

1969 : Creation of Gas Bijoux

1971 : Opening of the shop in Saint-Tropez

1993 : Opening of the Paris boutique

2001 : Arrival of Marie and Olivier

Opening of the New York boutique

2011 : Gas Bijoux was named an “Entreprise du Patrimoine Vivant” (a company recognized for its Excellence of French Savoir-Faire)

GAS BY MARIE FOR THE LOVE OF BEAUTY

P. 152

Nothing is there by chance. For the past 20 years, everything has been selected with the same careful attention, the same thirst for the unexpected, the same taste for splendor... With her senses on alert, Marie Gas seeks, finds, and showcases creators from both around the corner and around the world. Thanks to their originality and fantasy, the handpicked clothes, bags, accessories, and jewelry bring the BY MARIE boutiques to life.

“When I choose clothes to present in my shops, I look for creative energy, savoir-faire, and a story to tell. I love it when a designer evokes the artisanal traditions of a country.” Marie Gas knows what she’s talking about: energy, creation, and savoir-faire are the fairy godmothers that hovered over her childhood as she grew up surrounded by the pearls, feathers, and shells in her father’s Marseille workshop. Her father is none other than André Gas, the founder of the Gas Bijoux brand, and she now serves as the company’s artistic director. *“After studying law and taking a few excursions to the United States, I preferred to join my father and help him open his first accessories and clothing boutique in Paris... I quickly discovered the joy of curating a shop’s selection.”* At the time, concept stores were not widespread, and the trend was towards minimalist, dark collections. Black was everywhere. The first BY MARIE store arrived in the French capital like a



ray of sunshine. The colorful, luminous, and sunny-chic line was unlike anything else on offer.

Over the years, Marie continued to refine her vision of fashion, and soon an absolutely unique identity took shape. *“I look for rarity, refinement, and originality. When I like something, it’s intuitive and immediate!”* Marie frequents the fashion shows and salons in her search for new ideas, but she also relies on life’s surprises and chance encounters. *“I traveled a lot at one time. Today, it’s less important. A lot of designers come to France. Now, it’s the brands that come to me!”* Paris, Marseille, Saint-Tropez... each boutique is different, but you will always find talented designers such as Mira Mikati, Isabel Marant Étoile, Ulla Johnson, Harris Wharf London, Michel Vivien, Lutz Morris, or Yvonne S, as well as jewelry pieces made by Dorette or Marie Lichtenberg. In Saint-Tropez, it was 15 years ago that BY MARIE took up residence on the Place de la Garonne next to the Gas Bijoux boutique. This location features a more summery selection. *“The state of mind is ‘buy now, wear now’, we’re focused on the ultra-desirable, on moments of spontaneity. I think it’s wonderful to offer collections that you can wear right away. Saint-Tropez is very fashionable. Here, I embrace a little more fantasy.”* The village of Saint-Tropez plays a special role in the Gas family history seeing as André opened his first jewelry shop here 50 years ago. This deep connection remains important for Marie: *“I go for the opening of each season. It’s an important event for me.”*

Key dates

End of the 1990s : Marie decides

not to pursue a legal career

2000 : Opening of the 1st boutique in Paris

2001 : Opening of the boutique in Saint-Tropez

IYÜ EXQUISITELY UNDER THE SUN

P. 158

“Making an essential accessory affordable once again.” This is what motivated Jean-Christophe Varesano, a former sales agent and fashion representative, to launch IYÜ Design. Providing sensational pairs of designer glasses at reasonable prices... the idea was certain to succeed!

The first pair of Havaianas to arrive on French soil... it was his doing! The first American Vintage T-Shirt, him again! Jean-Christophe Varesano certainly knows how to find the next big thing. He’s a brand scout, a trend scout, a talent scout, and a success scout... And one thing is obvious: this amazing Mediterranean sales agent and entrepreneur adores the sea air as much as he loves to predict the winds of change. The goal is to find the perfect idea and to propose the perfect product... and, whenever possible, do it before anyone else! It isn’t a surprise that this dynamo transforms everything he touches into a commercial triumph. His affinity with fashion and business has led him on countless adventures and taken him all over the world... *“Everywhere I went, I could see that accessories were becoming more important, so I took a closer look at sunglasses,”* he says. Having decided to start this pro-



ject with his two brothers, he went to Asia to study the market and the manufacturing possibilities. *“I found a reliable partner there, a very professional American company specializing in sunglasses, with its own production facilities.”* As a result, the IYÜ brand—a name of Japanese inspiration with the umlauts added by Jean-Christophe—was able to develop and blossom.

“I work on the collections with stylists, and we vary the materials and shapes of the frames, as well as the colors of the lenses,” explains Jean-Christophe. He draws his inspiration from books, magazines, and his travels. *“When I’m in an airport, in Tokyo, London, or Dubai, I observe everything, I am always looking for new design ideas.”* The result: original frames, lenses that meet French and European UV protection standards, and, above all, impeccable quality... And because this fashion addict loves to have ten of everything in his closet, he is selling his creations at prices that are as attractive as their style (between €29 and €49). *“You can buy several pairs and match your glasses to your clothes... It’s fun, easy, and authentic: everything I like!”* The first IYÜ boutique opened in Bandol four years ago. Saint-Tropez, Sanary-sur-Mer, Bastia, and Juan-les-Pins followed. Now Jean-Christophe is planning to bring IYÜ to beaches around the world...

Key dates

2015 : Launch of IYÜ

2016 : Opening of the first boutique in Bandol

2020 : Opening of the Saint-Tropez boutique

STYLE

THE CHIC BAZAAR AT CLUB 55

P. 162

It’s a simple beach hut, but it can withstand everything... even time itself. After 40 straight summers, it’s still standing. A few planks, a terrace, an awning, some bamboo matting. It was given a makeover last year, but it has kept its simple, welcoming, and generous nature as well as its Bohemian spirit. There are cushions that invite you to sink among them, bathing suits that urge you to go for a swim, sublime beach sarongs, lovely casual clothes, and a selection of items for men and children... In short, you’ll find everything you need for the beach: both the necessities and the accessories. This cheerful little shop has been artfully arranged by Corinne de Colmont to give visitors a one-of-kind experience.

“May ’68 had a big influence on me, I was brought up by young parents who were very free and non-conformist. So maybe it’s not an accident that this place is impossible to define... It is a shop of marvels where you can find all sorts of things, simple or sophisticated, whimsical or charming, all at very different prices. There are baskets, bags, clothes, beach games... Every summer, I arrange everything according to my tastes; I am more of a decorator than a shopkeeper. I am drawn to natural materials and colors, such as white and blue. We also have official ‘Le Club 55’ products: plates, champagne buckets, caps, polo shirts, T-shirts, canvas bags,



pouches... I love children, so my shop couldn’t exist without a poetic and playful corner just for them. This also allows me to plunge back into my childhood when I place orders. I love the generous, sensory, and luminous aspects of this place. You come, you rummage around, you poke about, you take your time...”

LUCIEN, HAIR STYLIST

He has known the festive Saint-Tropez, the celebrity Saint-Tropez, and the casual Saint-Tropez. He has styled the hair on both the most famous and the most anonymous heads. And he has done it all with an intimate and artistic technique that has earned him his stellar reputation. Having grown up among the marshy plains of the Camargue and attended the renowned Attoyan school for hairdressers in Marseille, Lucien arrived in Saint-Tropez in 1976. He opened his first hair salon on the Tahiti beach, which his companion, Jean-Luc, has managed for the past 25 years. In 1998, after 16 years running a salon on the port of Saint-Tropez, the palatial Hôtel Byblos asked him to join them. He accepted. Surrounded by a decor of aluminum, woven fabrics, and marble, his team welcomes a wonderfully diverse clientele. Each winter, this hairdressing virtuoso goes into exile in South America to recharge his batteries and refresh the creativity that makes him so unique.

“When I arrived in Saint-Tropez, I met Brigitte Bardot, Romy Schneider, Françoise Sagan, Johnny Hallyday, Gilbert Bécaud... Then came the era of the models, Naomi Campbell, Linda Evangelista, Christy Turlington. Now, we receive industrialists and business people. Times change, so do hairstyles. I seek perpetual creativity, and I never make a single cut without knowing why. You can’t just respond to a request, you have to understand the psychology, take into account the schedule, the state of mind, but also assess the physical qualities of the hair. This is of the utmost importance. That’s what I tell my teams: don’t rush into a haircut, always be attentive. I never stop learning, I’m constantly renewing myself and my approach. Still, I want to keep the Tropezian state of mind: the conviviality, the sense of welcome, the exchange of ideas with my fashion colleagues, the freedom of tone and actions that we have here. This is essential.”

FROJO

From Eugenio to Edouard to Roger to Richard to Edouard. In the Frojo family, the tradition of watchmaking has always been handed down from father to son. And if each generation has added their personal touches, they have also safeguarded the same values: quality, savoir-faire, trust, and respect. These principles have nourished the success of Maison Frojo over the years as they have developed partnerships with renowned brands while also creating their own successful collections.

It all began in 1854 at the Charlet watchmaking company in Marseille. Eugenio Frojo, who had just arrived from Piedmont, became head of the workshop.

50 years later, the business was bought by his son Edouard and took the name Frojo-Charlet. In the 1950s, the Swiss brands Omega and Rolex enter the boutique. Other prestigious names—Panerai, Cartier, Pomellato, Buccellati—would soon follow... In 1972, Roger—Edouard's son—renamed the workshop and the jewelry store Maison Frojo. Then watchmaking and branded jewelry became even more important when Richard, Roger's son, joined the company. That's when Frojo began selling its own creations. The common thread over more than a century-and-a-half of watchmaking artistry is how the precious savoir-faire and the taste for beauty have been passed on from generation to generation.

At the end of the 1970s, Maison Frojo opened a boutique on La Canebière in Marseille. At the same time,

they launched a store in the Place de la Garonne in Saint-Tropez, but it was not yet the temple of fashion and luxury it has since become. It is safe to say that today the Frojo name is closely linked to the neighborhood's reputation for grandeur... The brand has always been closely linked to the city and contributes to its vibrant atmosphere. "It is the town I love the most and my favorite place for a holiday," says Edouard Frojo, a Marseille native who took over the Maison Frojo from his father in 2009 and, like previous generations, is a gifted watchmaker. "It's a place that soothes me, where I feel good." It is also a unique market with a diverse and demanding clientele who are attached to the Frojo brand. "At the Saint-Tropez boutique, which only opens in the summer, we present the work of exceptional jewelers such as Seda

Manoukian and Philippe Guilhem," he notes. As a counterpart, a "winter" boutique has been open since 2010 at the Val d'Isère mountain resort.

In Saint-Tropez, as elsewhere, the Maison Frojo ensures both the manufacture and distribution of major watch brands, but also their repair. "We are a traditional business. Our customers must find the same service and quality at every Frojo boutique. We are here to help them. To provide them with truly personalized service, we have to get to know them. We attach the utmost importance to this. Each visit to a shop must be an enjoyable and one-of-a-kind moment. Our customers must feel respected, listened to, and trusted. That is the least you can expect from a company that has been one of the world's best watch- and jewelry-makers for five generations."

THAT'S ALL FOLKS!
See you next year ;-)

Retrouvez les meilleures adresses sur bigisaguide.com



Géolocaliser



Contacter en 1 clic

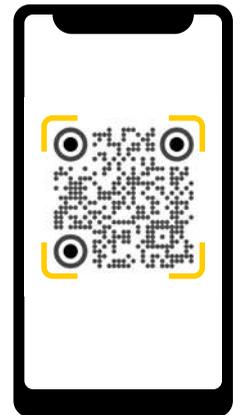


Suivre sur les réseaux sociaux



Partager une adresse

Accédez facilement à toutes les informations utiles en utilisant les QR codes.



Si vous possédez un téléphone récent, scannez directement le code en utilisant l'appareil photo de votre téléphone.



Transformez notre site en application !

Dans le menu "partager" du navigateur sélectionnez l'option "Ajouter sur l'écran d'accueil"



SAINT-TROPEZ

GENDARMERIE

ERIC GARENCE

ERIC GARENCE